

Departamento Administrativo Nacional de Estadística



**Dirección de Metodología y Producción
Estadística – DIMPE**

**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

Mayo 2007

	MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS		CODIGO: LE-MMS-MCR-01 VERSIÓN: 02 PAGINA: 2 FECHA: 08-05-07
ELABORÓ: Temática Económica- MMS	REVISÓ: Temática Económica -Servicios	APROBÓ: Director DIMPE	

CONTENIDO

I. INSTRUCCIONES BÁSICAS PARA LA CRÍTICA DE LA INFORMACIÓN	3
II. PARTES CONSTITUTIVAS DEL FORMULARIO	6
CAPITULO I – NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA	6
CAPÍTULO II – MOVIMIENTO MENSUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA	7
CAPÍTULO III – INGRESOS NETOS OPERACIONALES CAUSADOS EN EL MES	7
CAPÍTULO IV – PERSONAL OCUPADO PROMEDIO, SALARIOS Y PRESTACIONES CAUSADOS EN EL MES	12
CAPÍTULO V – CARACTERÍSTICAS DE LOS HOTELES	17
CAPITULO V. CARACTERÍSTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	19
III. INSTRUCCIÓN DE CRÍTICA PARA EL MANEJO DE NOVEDADES Y SU APLICACIÓN EN EL DIRECTORIO DE LA MUESTRA	20
IV. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME. REVISIÓN 3 ADAPTADA PARA COLOMBIA (CIIU. REV. 3 A.C)	20
ANEXO 1. VALORES DE CONTROL	21

I. INSTRUCCIONES BÁSICAS PARA LA CRÍTICA DE LA INFORMACIÓN

La etapa de crítica de los formularios se realiza después de la recepción de la información a fin de verificar su consistencia.

El objetivo primordial de esta etapa es dejar la información consistente de acuerdo con los parámetros establecidos en este manual, para su posterior captura y depuración –cuando la información sea entregada en formulario a papel- a través del programa de sistemas diseñado para tal fin, el cual:

- ✓ Corrige las inconsistencias.
- ✓ Completa la información omitida con ayuda de la fuente.

Etapas del proceso de crítica

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

1. Crítica general: comprende el análisis y corrección del formulario en su totalidad por parte del crítico, con el fin de verificar la consistencia de la información.
2. Supervisión de la crítica y codificación: comprende el estricto control de la calidad de la labor de crítica por el coordinador de la investigación.

Instrucciones generales

- Para el buen desarrollo de la investigación, un principio fundamental es la unidad de criterios; así, cuando se presente algún problema o duda que el manual no contemple y sobre el cual no se tengan bases suficientes para tomar una decisión, comuníquese con el Coordinador de la investigación para que se analice y con ello se establezca la norma a seguir.
- En el momento de iniciar la crítica de un formulario, revise las observaciones y haga las correcciones del caso en los capítulos pertinentes. En los formularios a papel revise igualmente las observaciones y los anexos que pueda traer y efectúe las correcciones del caso. Estos anexos deben conservarse junto con el formulario, para futuras revisiones y confirmaciones de la información.
- Cuando tenga que corregir o aclarar información, consigne la razón en observaciones. En los formularios a papel, revise que la presentación sea clara; la legibilidad de los datos en su correspondiente casilla es importante para la captura de la información y demás tareas que se realicen sobre el formulario.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 4
FECHA: 08-05-07

- Para las correcciones y demás anotaciones, numérelas, preferiblemente con letra, y escriba en el espacio de observaciones del formulario, ya sea en medio físico o en medio magnético, las aclaraciones hechas por la fuente respecto a sus consultas. Todas las correcciones que se realicen en los formularios deben tener nota aclaratoria numerada.
- En los formularios a papel, no se deben usar flechas para indicar la colocación correcta de los datos en sus casillas, ni llaves que engloben varios conceptos.
- La consistencia de los datos deberá ser estudiada desde el punto de vista de la relación y proporcionalidad interna en cada formulario y en su comparación con los demás formularios. De igual manera revise la información del mes anterior o anteriores, lo que le ayudará a aclarar conceptos y a analizar la consistencia de la información. Indague directamente con la fuente cuando detecte un cambio brusco en la información y registre la aclaración en observaciones.
- En ningún caso borre información que considere incorrecta o confusa; si cuenta con el formulario, simplemente trace una línea roja horizontal sobre el dato errado y escriba en el espacio superior la información correcta, dejando así la posibilidad de observar el dato inicial. Por ningún motivo utilice corrector. Si la información fue recibida en medio magnético, revise el espacio de observaciones para aclarar cualquier duda o consulte directamente con la fuente. No olvide consignar el resultado de su consulta en observaciones.
- Utilice únicamente lápiz rojo para las correcciones sobre el formulario a papel y no olvide escribir en observaciones el motivo de los cambios realizados, de manera clara, detallada y concisa.
- Siempre que tenga dudas, consulte a sus superiores. Por ningún motivo recurra a personas que no estén vinculadas directamente con la investigación.

Instrucciones específicas

- Verifique que la información prediligenciada sea correcta.
- Siempre que encuentre una diferencia o inconsistencia en cualquier casilla del formulario, debe solicitar la explicación y aclaración con el informante, anotarla en observaciones y hacer las correcciones o modificaciones a que haya lugar.
- Revise que se hayan verificado los cruces indicados en el formulario; esto evita inconvenientes posteriores en el proceso de depuración de la información.
- Si la fuente diligenció alguno de los renglones que se solicita sean especificados, revise que en observaciones se encuentren las especificaciones y reclasifíquelas si es posible.
- No asuma situaciones ni obligue al informante a cambiar la información sin antes escuchar explicaciones o aclaraciones. Los datos suministrados pueden ser correctos y obedecer a una situación específica. Investíquela.



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 5
FECHA: 08-05-07

- Verifique que los valores reportados estén en miles de pesos, en caso contrario realice la corrección. No olvide aproximar.
- Las fechas que comprende el período reportado deben empalmar con el anterior período diligenciado por la fuente y con ello conservar el mismo tipo de período, es decir, si el reporte está dado en semanas se debe conservar la periodicidad semanal, si el reporte es mensual se debe conservar la periodicidad mensual, y así sucesivamente. En caso contrario corrija o establezca una justificación válida, consignándola en observaciones. Esto es aplicable para todas las variables del formulario.
- De acuerdo a las características de la empresa y a su comportamiento a través del tiempo, si se observan marcados cambios en las líneas de ingreso, diferencia de personas ocupadas, salarios y prestaciones, habitaciones, camas disponibles o vendidas, tarifas o en su número de establecimientos, téngalos en cuenta en el reporte actual o futuro de las variaciones de los datos, estableciendo las observaciones necesarias.
- Es importante tener a mano los datos de períodos anteriores, que le ayudarán a realizar un análisis integral de la información.

Conceptos básicos

Los servicios: son productos heterogéneos generados cada vez que son solicitados, sobre los cuales no recae derecho de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados por separado de su producción ni pueden ser transportados ni almacenados. En este sector se vende el derecho al uso de un servicio cada vez que este es requerido.

La empresa: dedicada principal o exclusivamente a la prestación de los servicios de alojamiento o prestación de servicios de agencias de viajes, es la unidad estadística a la que se refieren los datos solicitados por la Muestra Mensual de Servicios y se define como: “la combinación de actividades y recursos que de manera independiente realiza una empresa o una parte de una empresa, para la prestación del grupo más homogéneo posible de servicios, en un emplazamiento o desde un emplazamiento o zona geográfica, y de la cual se llevan registros independientes sobre ventas del servicio, compras, costos y gastos, remuneraciones, y personal ocupado que se utilizan en el proceso de prestación del servicio y en las actividades auxiliares o complementarias a ésta, entendiéndose como actividades auxiliares las que proveen bienes o servicios a la empresa y que se toman como parte de sus labores y recursos”.

Mes de recolección: Es el período en que la empresa suministra la información al DANE. Corresponde al mes siguiente al mes de referencia (n+1).




MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 6
FECHA: 08-05-07

II. PARTES CONSTITUTIVAS DEL FORMULARIO

Tanto el formulario de Hoteles como el de Agencias de Viajes, constan de un cabezote y cinco capítulos, a los cuales se les analiza su consistencia de acuerdo a las siguientes instrucciones:

		DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA		MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS		IMPORTANTE: los datos que el DANE solicita en este formulario son estrictamente confidenciales y en ningún caso tiene fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial.	
PARA USO EXCLUSIVO DEL DANE							
Número de orden	Código de actividad	Inclusión	NIT	1	Número de identificación		DV
			C.C	2			
POR FAVOR LEA LA INSTRUCCIÓN RESPECTIVA DE LA CARTILLA ANTES DE DILIGENCIAR ESTE FORMULARIO							

Mes de referencia: Es el período del cual se desea obtener la información (n)

Nit ó C.C: Es básico para la actualización del directorio de fuentes, por lo tanto siempre debe venir diligenciado, debe ser verificado y actualizado de ser necesario.

El cabezote contiene la información correspondiente al número de orden con el cual se identifica la empresa dentro de la investigación, código de actividad desarrollada por la empresa según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, revisión 3 adaptada para Colombia (CIIU Rev. 3 A.C), código de inclusión con escala de ingresos de la empresa, que corresponde al tipo de inclusión de la empresa dentro de la muestra (forzosa o probabilística) y a la escala en la cual se encuentra de acuerdo a sus ingresos, NIT o cédula de ciudadanía como número de identificación de la empresa y su correspondiente dígito de verificación (DV).

Estos datos vienen prediligenciados, sin embargo se debe verificar con la fuente que sean correctos. En caso de ser necesaria cualquier corrección o modificación, se debe registrar en observaciones el motivo e informar a Logística de Empresas – DANE Central.

CAPITULO I – NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

I. NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

Razón social de la empresa: _____			
Nombre comercial: _____		Sigla: _____	
Domicilio principal o dirección de la gerencia: _____			
Municipio: _____	Departamento: _____		
Teléfono: _____	Fax: _____	A.A: _____	
Dirección para notificación: _____			
Municipio: _____	Departamento: _____		
Teléfono: _____	Fax: _____	A.A: _____	
Correo electrónico (E- _____			



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 7
FECHA: 08-05-07

Este capítulo aparece prediligenciado. Contiene la identificación de la empresa y demás datos generales que permiten su ubicación geográfica. A fin de mantener los archivos actualizados se debe revisar cada uno de los datos, si alguno no concuerda con la realidad actual de la empresa, corrija el dato correspondiente y revise que en observaciones quede registrada la aclaración. Cuando esta situación se presente en los formularios a papel, trace una línea horizontal sobre el dato errado y escriba inmediatamente encima la información correcta, dejando así la posibilidad de observar el dato inicial.

CAPÍTULO II – MOVIMIENTO MENSUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA

Respecto a la información de establecimientos tenga en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Iniciales:** Se registran aquí los establecimientos que la empresa poseía al iniciar el mes de referencia. Este dato siempre debe ser superior a cero (0) e igual al total al final del mes anterior.
2. **Apertura en el mes:** Se debe registrar en este espacio el número de establecimientos nuevos que fueron abiertos al público en el mes de referencia, verifique que en observaciones se encuentre la ciudad y la fecha de apertura.
3. **Cierre en el mes:** Cuando la empresa haya cerrado establecimientos en el mes de referencia debe reportarse el número de estos, verifique que en observaciones se registre la ciudad, la fecha y el motivo de su clausura, en caso contrario indague con la fuente y consigne en observaciones. Revise que el número de establecimientos cerrados en el mes no sea superior al número de establecimientos iniciales más los de apertura en el mes.
4. **Total al final del mes:** Total establecimientos en el mes anterior (+) número de establecimientos abiertos en el mes de referencia (-) el número de establecimientos cerrados en el mes de referencia, este dato debe ser superior a cero (0).

Recuerde que el aumento o disminución de establecimientos es de especial control puesto que la apertura o cierre de estos puede afectar directamente los ingresos y el personal ocupado.

Cuando se recolecte una fuente nueva, es importante que ésta informe en observaciones, por primera vez, las ciudades en las cuales tiene establecimientos.

CAPÍTULO III – INGRESOS NETOS OPERACIONALES CAUSADOS EN EL MES

En este capítulo se busca determinar la totalidad de los ingresos netos operacionales generados en las actividades de servicios, los valores deben ser registrados en miles de pesos según los servicios prestados y **no** deben incluir impuestos indirectos (IVA facturado); este último se consigna en el renglón 9 del mismo capítulo.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 8
FECHA: 08-05-07

En caso que el renglón “Otros ingresos netos operacionales no solicitados antes” tenga información, asegúrese que haya sido desagregado en observaciones por rubros y valores, verifique que estos datos no pertenezcan a los renglones anteriores, en caso contrario reclasifíquelos.

Instrucción específica para el formulario de Hoteles

1. Alojamiento: Se registran en este renglón los ingresos obtenidos por el arrendamiento de habitaciones a huéspedes mediante la aplicación de la tarifa, una vez realizados los descuentos. Este renglón siempre debe venir diligenciado.
2. Alimentos y bebidas no alcohólicas: Se refiere a los ingresos netos obtenidos (restando los descuentos y propinas) por la venta de alimentos y bebidas no alcohólicas, servidos en restaurantes, cafeterías, heladerías, piscinas, room service, bares, banquetería y otros similares. Verifique que los ingresos de este renglón no sean superiores a los ingresos por alojamiento, en caso contrario indague con la fuente y realice las correcciones u observaciones necesarias.
3. Bebidas alcohólicas y cigarrillos: Se reporta el valor por expendio de cocteles, vinos, licores, cervezas, etc.. Incluya los ingresos por minibar y también por la venta de cigarrillos. Excluye la venta de botellas, envases, barriles, sobrantes alimenticios, este valor se registra en el renglón 8 (Otros ingresos netos operacionales no solicitados antes). Si el valor de ingresos por este concepto supera los ingresos por alojamiento, indague con la fuente y consigne en observaciones los motivos o correcciones necesarias.
4. Servicios de comunicaciones. Corresponde a los ingresos percibidos por servicios tales como teléfono, fax, Internet, comunicación móvil y otros de telecomunicaciones prestados conjuntamente con el alojamiento.
5. Otros servicios menores de los hoteles. Hace referencia al valor generado por la prestación de servicios tales como piscina, gimnasio, spa, jacuzzi, masajes, lavandería, peluquería, etc., ligados a la prestación del servicio de alojamiento.
6. Alquiler de salones para diferentes eventos. Comprende los ingresos generados por el alquiler de salones para seminarios, convenciones, recepciones y demás eventos relacionados con la actividad. Incluye el valor del alquiler de materiales de apoyo para estos eventos, tales como equipos, carteleros, etc.
7. Otros ingresos netos operacionales no solicitados antes (especifique en observaciones): Hace referencia a los ingresos causados en el mes por la prestación de otros servicios operacionales no solicitados en los renglones anteriores y que tienen causalidad con el servicio que se ofrece, solicitado en esta encuesta, como la venta de botellas, envases, barriles y sobrantes alimenticios. Incluya también como otros ingresos operacionales los generados por el servicio de los meseros, servicios de enfermería que se presten a los huéspedes, servicios de boutique, recreación, los ingresos por descuentos no condicionados, etc. Verifique que en observaciones se encuentre especificado este dato por la actividad que lo genera y su respectivo valor.
Revise que no se hayan incluido en este renglón, los ingresos originados por concepto de dividendos o participaciones, intereses, utilidad en ventas o redención de inversiones financieras, arriendos o subarriendos, diferencias en cambio, utilidad por venta de activos y demás ingresos considerados no operacionales. Tenga en cuenta que los descuentos condicionados que se conceden con un requisito o hecho futuro, como los descuentos por pronto pago; (si se cancela antes del plazo, se otorga el descuento, de lo contrario el pago se debe hacer total), son considerados ingresos no operacionales.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 9
FECHA: 08-05-07

Revise que el valor de ingresos por este concepto no sea superior al 40% de la sumatoria de los ingresos de los renglones 1 a 6; en caso contrario indague con la fuente, reclasifique los que pueda en los renglones anteriores y verifique las observaciones.

8. Total ingresos netos operacionales: Verifique que el total corresponda a la sumatoria de los renglones 1 al 7, en caso contrario corrija.

Es importante que siempre se encuentren diligenciados los espacios destinados a las fechas que comprende el período de información reportado, se debe indicar el día (dos dígitos) y el mes (dos dígitos) de inicialización y de finalización, según los meses calendario. Verifique que:

- El número de días sea menor o igual a 31 para los meses 01 – 03 – 05 – 07 – 08 – 10 y 12
- El número de días sea menor o igual a 29 para el mes 02
- El número de días sea menor o igual a 30 para los meses 04 – 06 – 09 y 11

Tenga en cuenta que en algunas empresas se manejan intervalos distintos a los meses calendario, casos para los cuales se debe realizar la crítica con base en estos. Para ello se establecen los siguientes períodos:

1. Mensual regular: Comprende exactamente los días que trae cada mes: enero 31 días, febrero 28 ó 29 días, marzo 31 días, abril 30 días, etc.
2. Mensual irregular: Toma días de 2 meses consecutivos, ejemplo: para la información de junio puede tomar de 26 de mayo a 25 de junio y en el mes siguiente desde el 26 de junio hasta el 25 de julio.
3. Semanal: La información reportada corresponde a determinado número de semanas: 21 = 7X3; 28 = 7X4; 35 = 7X5 ó 42 = 7X6.
4. Irregular: La información no comprende el mes completo ni un determinado número de semanas. Ejemplo: Información del mes de junio: desde el 01 de junio hasta el 27 de junio; información de julio: desde el 28 de junio hasta el 24 de julio.

En los dos primeros casos, la información queda igual, es decir, no requiere conversión. En los casos 3 y 4, es necesario convertir la información a mes ordinario de 30 días, así:

$$\text{Información del mes} = \frac{\text{Información reportada}}{\text{Número de días reportados}} \times 30$$

Como caso excepcional, los datos no se convierten a un período de 30 días, cuando existen vacaciones colectivas, huelga, catástrofes que inhabiliten a la empresa para el desarrollo normal de sus actividades, cierres parciales, etc. Estos aspectos deben ser consignados en observaciones.

9. Total IVA causado: En este renglón se registra el valor total del IVA generado durante el mes, por la prestación de los servicios especificados antes; el valor consignado no debe ser menor al 10%, ni superior al 18% del total de los ingresos netos operacionales (renglón 8); igualmente, se deben especificar las fechas a las que corresponde la información de este renglón. Si existe información en renglón 8 “Total ingresos netos operacionales”, este renglón 9 debe traer información, en caso contrario verifique con la fuente y corrija



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 10
FECHA: 08-05-07

Si alguna de las condiciones descritas anteriormente no se cumplen, revise las observaciones o consulte a la fuente y haga las aclaraciones o correcciones respectivas.

Instrucción específica para el formulario de Agencias de Viajes

Numeral 1. Ingresos netos operacionales

1. Comisiones por venta de pasajes: Se registran en este renglón los ingresos por comisión, que obtiene la empresa al actuar como intermediario en la venta de pasajes, (aéreos, marítimos o terrestres) a los diferentes lugares nacionales o internacionales y *que no pertenecen a los paquetes turísticos*.
2. Comisiones por paquetes turísticos: Se consigna en este renglón únicamente el valor de ingresos percibidos por la venta de paquetes turísticos organizados por otras empresas.
3. Comisiones por venta de alojamiento: Corresponde a los ingresos percibidos por comisión en la venta de alojamiento prestado por establecimientos ajenos a la empresa. Cerciérese que el informante no haya incluido el valor del alojamiento.
4. Honorarios y tarifas administrativas: Hace referencia al valor cobrado por la organización o realización de congresos, convenciones y eventos.
5. Servicios receptivos: Comprende el valor recibido por servicios generados por la organización y coordinación de los diferentes servicios turísticos que utilizan los viajeros en el lugar de destino, tales como traslados, excursiones y eventos, entre otros.
6. Ingresos por paquetes turísticos propios: Ingresos percibidos exclusivamente por paquetes turísticos organizados o constituidos por la empresa.
Revise que el valor consignado en este renglón no sea inferior al valor registrado en el numeral 2, renglón 1 "Costo de venta de los paquetes turísticos propios", en caso contrario consulte a la fuente y realice las observaciones o correcciones necesarias.
7. Otros ingresos netos operacionales no solicitados antes (especifique en observaciones): Hace referencia a los ingresos causados en el mes por la prestación de otros servicios operacionales no solicitados en los renglones anteriores y que tienen causalidad con el servicio que se ofrece, solicitado en esta encuesta, tales como servicios de documentación, alquiler de vehículos, centro de buceo, servicio de lancha, los ingresos por descuentos no condicionados, entre otros. Revise que en observaciones se encuentre especificado este dato por la actividad que lo genera y su respectivo valor.
Verifique que no se hayan incluido en este renglón, los ingresos originados por concepto de dividendos o participaciones, intereses, utilidad en ventas o redención de inversiones financieras, arriendos o subarriendos, diferencias en cambio, utilidad por venta de activos y demás ingresos considerados no operacionales. Tenga en cuenta que los descuentos condicionados que se conceden con un requisito o hecho futuro, como los descuentos por pronto pago; (si se cancela antes del plazo, se otorga el descuento, de lo contrario el pago se debe hacer total), son considerados ingresos no operacionales.
Verifique que el valor de ingresos por este concepto no sea superior al 40% de la sumatoria de los ingresos de los renglones 1 al 6, en caso contrario indague con la fuente, realice las correcciones necesarias y verifique que en observaciones se indiquen los motivos.
8. Total ingresos netos operacionales: Verifique que el total corresponda a la sumatoria de los renglones 1 al 7, en caso contrario corrija.

Es importante que se encuentren diligenciados los espacios destinados a las fechas que comprende el período de información reportado, se debe indicar el día (dos dígitos) y el mes (dos dígitos) de inicialización y de finalización, según los meses calendario. Revise que:

- El número de días sea menor o igual a 31 para los meses 01 – 03 – 05 – 07 – 08 – 10 y 12
- El número de días sea menor o igual a 29 para el mes 02
- El número de días sea menor o igual a 30 para los meses 04 – 06 – 09 y 11

Para la crítica de este renglón tenga en cuenta las mismas instrucciones del capítulo III, renglón 8 (instrucción específica para el formulario de hoteles).

9. Total IVA causado: En este renglón se registra el valor total del IVA generado durante el mes, por la prestación de los servicios especificados antes; el valor reportado debe estar entre el 16 y el 18% del renglón 8, Total ingresos netos operacionales. Igualmente, se deben especificar las fechas a las que corresponde la información de este renglón.
Si existe información en renglón 8 “Total ingresos netos operacionales”, este renglón 9 debe traer información, en caso contrario verifique con la fuente y corrija

Si alguna de las condiciones descritas anteriormente no se cumplen, revise las observaciones o consulte a la fuente y haga las aclaraciones o correcciones respectivas.

Numeral 2. Paquetes turísticos propios

1. Costo de venta de los paquetes turísticos propios: Se informa en este renglón el valor total de los costos que fueron necesarios para la conformación de los paquetes turísticos, tales como: costos por hoteles (incluye alojamiento y alimentación); costos de transporte aéreo; costos de transporte terrestre; costos de transporte marítimo; costos por otro tipo de transporte; costos por servicios recreativos; gastos por comisiones a terceros (sin vínculo laboral) causados por la venta de paquetes turísticos.
Verifique que *no incluya*, los gastos necesarios para el desarrollo de la actividad de la agencia de viajes tales como comunicaciones, papelería y otros. El diligenciamiento del renglón 6 del numeral 1 “Ingresos por paquetes turísticos propios” obliga a que este renglón también se encuentre diligenciado y que además el valor reportado como Costo de ventas sea inferior al registrado en el renglón 6 del numeral 1.
2. Distribución de los paquetes turísticos propios: Verifique que los datos suministrados en este renglón se encuentren en porcentaje sin decimales, de lo contrario indague con la fuente y corrija.
 - 2.1 Porcentaje de origen y destino nacional: Corresponde al porcentaje del valor total de los paquetes vendidos, organizados con origen y destino nacional.
 - 2.2 Porcentaje de origen nacional y destino internacional: Porcentaje del valor total de los paquetes vendidos, organizados con origen nacional y destino internacional.
 - 2.3 Porcentaje origen internacional y destino nacional: Porcentaje del valor total de los paquetes vendidos, organizados con origen internacional y destino nacional

Verifique que la sumatoria de porcentajes sea igual al 100%. En caso que los porcentajes sean iguales para los tres casos, consulte a la fuente y consigne en observaciones.



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 12
FECHA: 08-05-07

CAPÍTULO IV – PERSONAL OCUPADO PROMEDIO, SALARIOS Y PRESTACIONES CAUSADOS EN EL MES

Este capítulo hace referencia al número promedio de personas ocupadas, los sueldos y salarios, y las prestaciones sociales que éstos devengaron para el desarrollo de las *actividades de servicios, exclusivamente*, según el tipo de contratación. La información solicitada se refiere a los gastos causados en el mes. Se excluyen deudas laborales contraídas con anterioridad.

1. Propietarios socios y familiares. Son *propietarios y socios* quienes trabajan en la empresa sin percibir, por su actividad, un salario determinado y que derivan sus ingresos de las ganancias; si uno de éstos tiene un sueldo fijo, debe incluirse en el tipo de contratación correspondiente.

Por su parte, son *familiares sin remuneración fija* los parientes de los propietarios que trabajan en la empresa, y que no devengan un salario; laboran por un tiempo no inferior a la tercera parte de la jornada normal (quince horas semanales) y no participan en su dirección.

2. Personal permanente. Personas contratadas para desempeñar labores por tiempo indefinido y que figuran en la nómina empresarial, para desarrollar labores relacionadas con la actividad de servicios, exclusivamente. *Incluye* el personal de planta que aparece en la nómina pero que temporalmente se encuentra ausente, como trabajadores con licencias remuneradas o en huelga. *Excluye* a quienes están en licencia no remunerada; pensionados; miembros de la junta a quienes se les paga por ir a reuniones; profesionales que prestan sus servicios esporádicamente mediante una modalidad de prestación de servicios, o el personal contratado para realizar labores a domicilio.

El promedio del personal señalado en este tipo de contratación, cambiará cuando se contrate, despida, aumente o disminuya el personal en licencia no remunerada, de lo contrario, el número promedio permanecerá mes a mes.

3. Temporales contratados directamente por la empresa Corresponde al personal contratado por tiempo definido con una remuneración pactada. Incluye el personal contratado a destajo, por horas o fines de semana, para desempeñar labores de las actividades investigadas.

4. Temporal suministrado por otras empresas. Se refiere a los empleados temporales contratados a través de agencias especializadas en el suministro de personal, u otro tipo de empresas que prestan el servicio para trabajar con exclusividad para el ente económico, cuyo propósito sea desempeñar labores relacionadas con la actividad investigada, por tiempo definido y por una remuneración pactada. *Incluye* también el personal de trabajo asociado como el caso de cooperativas.

Excluye el personal asignado para labores diferentes a actividad de servicios (como comercio o industria); personal de aseo o vigilancia contratado a través de empresas especializadas en estos servicios; personal que causa honorarios; servicios técnicos ocasionales o transitorios; el personal que realiza trabajos a través de outsourcing.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 13
FECHA: 08-05-07

Personal promedio. Revise que para el cálculo del promedio de personas ocupadas en el mes, para cada tipo de contratación, se haya aplicando la siguiente fórmula:

Número promedio de personas al mes:

$$\frac{\sum (\text{Personas contratadas} \times \text{Número de días trabajados en el mes})}{30 \text{ días}}$$

Para determinar los días trabajados, se deben tomar como base 8 horas diarias, excepto para propietarios, socios y familiares, cuyo tiempo laboral se considera normal desde 15 horas semanales.

Ejemplo: Si una empresa contrata durante el mes 11 personas que laboraron así: 3 personas laboraron durante 5 días; 3 personas durante 10 días; 4 personas laboraron durante 25 días; y 1 persona, todo el mes. El cálculo del número promedio de personas al mes será como lo muestra la tabla.

Número de personas (1)	Días contratados(2)	Total días (1)X (2) = (3)
3	5	15
3	10	30
4	25	100
1	30	30
TOTAL 11		175

Número promedio de personas contratadas en el mes
 $= \frac{175}{30} = 6 \text{ personas}$

Tome únicamente la parte entera (sin decimales) de la operación, aproxime sólo si la parte decimal es igual ó superior a 0,5

Nota: Si alguna de las condiciones descritas anteriormente no se cumplen, consulte con la fuente y haga las correcciones o aclaraciones respectivas.

5. Personal aprendiz o estudiante por convenio (universitario, tecnólogo o técnico). Se refiere a los empleados vinculados a través de contrato de aprendizaje, por tiempo definido, no mayor a dos años, y a quienes se les otorga una mensualidad, como apoyo de sostenimiento, que oscila entre el 50 y 100% del salario mínimo, de acuerdo al grado de formación en que se encuentre el aprendiz, en las diferentes modalidades educativas, universitaria tecnológica o técnica.

Número de personas promedio al mes:

$$\frac{\sum (\text{Número de aprendices con contrato} \times \text{Número de días trabajados en el mes})}{30 \text{ días}}$$

Recuerde que si entre el personal permanente y el temporal directo que tiene la empresas hay 30 empleados, deberá contar con personal aprendiz.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 14
FECHA: 08-05-07

Sueldos y salarios causados en el mes. Diligencie el monto de los sueldos y salarios del personal ocupado en cada tipo de vinculación, en miles de pesos. Se deben tener en cuenta los siguientes conceptos:

Sueldos y salarios del personal permanente: es la remuneración fija u ordinaria (en dinero y en especie) que percibe el trabajador por las labores desarrolladas en la empresa antes de deducciones y descuentos y están constituidos por: el salario integral, los sueldos y salarios, horas extras, dominicales, festivos, comisiones por ventas, bonificaciones o viáticos de carácter permanente y cuya contratación es por término indefinido. Verifique que el salario percápita no sea inferior a 1 ni superior a 100 SMLMV, en caso contrario consulte a la fuente y realice las correcciones u observaciones del caso.

Sueldos, salarios del personal temporal contratado directamente por la empresa: Hace referencia al personal contratado directamente por la empresa, pero con vinculación a término definido o fijo. El valor debe consignarse en miles de pesos; no debe incluir el monto causado por el personal suministrado a través de agencias, asesores, etc. Revise que el salario percápita no sea inferior al 75% del SMLMV, ni superior a 100 SMLMV, en caso contrario consulte a la fuente y realice las correcciones u observaciones del caso.

Gastos causados por temporales contratados a través de otras empresas. Corresponde al valor cobrado por las empresas especializadas en el suministro de personal temporal u otro tipo de empresas que prestan el servicio, para trabajar con exclusividad en el ente económico. Incluye la cuota de administración cobrada por la empresa que ofrece este servicio. Revise que el salario percápita no sea inferior al 75% del SMLMV, ni superior a 100 SMLMV, en caso contrario consulte a la fuente y realice las correcciones u observaciones del caso.

Gastos causados por aprendices o estudiantes por convenio (universitario, tecnólogo o técnico). Se reporta en este renglón el gasto causado, en miles de pesos, durante el mes, por el personal universitario, tecnólogo o técnico, vinculado mediante contrato de aprendizaje o a través de convenio con el ente que imparte la capacitación. Revise que la mensualidad percápita del personal aprendiz se encuentre entre el 50 y el 100% de 1 SMLMV, en caso contrario consulte con la fuente y realice las correcciones u observaciones pertinentes.

Nota. Las empresas obligadas a cumplir la cuota de aprendizaje, pueden optar por cancelar una cuota mensual al SENA, denominada monetización de la cuota de aprendizaje (Art. 34 Ley Laboral 789, diciembre 2002) Si la empresa optó por esta última modalidad este valor no debe ser reportado. No incluye el valor de los aportes a salud y ARP, los cuales deben registrarse en la columna de prestaciones de este capítulo.

Prestaciones causadas en el mes. Son las remuneraciones comunes, especiales y pactadas diferentes a los sueldos y salarios que la empresa o empleador está obligado a cancelar. Se consignan aquí las prestaciones causadas en el mes que se reporta la información. *No incluye* las prestaciones pagadas o ajustes de meses anteriores, éstas deben reportarse en observaciones especificando el mes con el respectivo valor del ajuste. Así mismo si la empresa tiene convenios especiales para la cancelación de las prestaciones sociales se debe relacionar en observaciones.

En la columna de prestaciones sociales se deben incluir: primas legales y extralegales; vacaciones (aunque estas en sentido estricto no son prestaciones sociales, deben incluirse en esta columna); cesantías e intereses sobre cesantías; aportes a la seguridad social (salud, pensión riesgos profesionales); aportes



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 15
FECHA: 08-05-07

parafiscales (ICBF, Sena y Cajas de Compensación) y todos aquellos rubros estipulados como prestación social en el Código Sustantivo del Trabajo.

Excluye: Primas, bonificaciones o gratificaciones ocasionales; por ejemplo, de convención, aniversario, etc.; pensiones de jubilación causadas, (diferente a las cotizaciones); indemnizaciones por despido o retiro voluntario; elementos de seguridad y dotaciones para el personal; aportes al sindicato, ligados a la actividad laboral; capacitación del personal; gastos y costos en dinero o en especie, tales como: educación, alimentación, vivienda; auxilio de transporte; otros gastos causados por el personal que labora en la empresa.

Verifique que:

- Las prestaciones del personal permanente se encuentren entre el 20 y el 60% de sus salarios.
- No se incluyan deudas causadas en períodos anteriores. No obstante, el valor causado en durante el mes por el cálculo de retroactividad para los trabajadores del régimen antiguo y a cargo de la empresa, si debe incluirse.
- Existan prestaciones para el personal temporal directo, en caso contrario indague con la fuente y corrija o realice las observaciones necesarias.
- Las prestaciones per cápita del personal aprendiz no superen el 16% de 1 SMLMV.

Fechas que comprende. Verifique que este espacio siempre esté diligenciado con las fechas que comprende el período de información reportado para el total de sueldos, salarios y prestaciones causados en el mes (en miles de pesos) por tipo de contratación, indicando el día (2 dígitos) y el mes (2 dígitos) de inicialización y de finalización.

Para tener en cuenta:

- ✓ Si el promedio de número de personas en cualquiera de sus modalidades no alcanza a 1 persona, pero el salario alcanza hasta el 75% del SMLMV, se deja la persona y el gasto salarial en el renglón de la categoría correspondiente.
- ✓ Si la remuneración no alcanza al 75% del SMLMV ni el cálculo promedio de personas alcanza a 1, no se debe registrar esta persona y el gasto correspondiente debe ser sumado a otro tipo de contratación siempre y cuando este sea mayor de cero (0), en caso que no exista otro tipo de contratación se deja la persona (1) y el gasto en la categoría correspondiente.
- ✓ Recuerde que si se ha reportado información en el capítulo de personal ocupado en cualquiera de sus modalidades (permanente, temporal directo, temporal a través de otras empresas y personal aprendiz), debe existir la correspondiente información de sueldos y salarios.
- ✓ La información reportada en este capítulo debe ser comparada mensualmente con la del período anterior. De un período a otro no es normal que se presenten variaciones considerables, si esto llegare a ocurrir solicite a la fuente la aclaración respectiva.
- ✓ Es importante tener en cuenta que no necesariamente, si los ingresos están aumentado se incrementa el empleo, o viceversa en el caso opuesto; en general debe analizarse y consultar con la fuente, haciendo la aclaración y/o corrección correspondiente cuando se presenten las siguientes situaciones:
 - Los ingresos son crecientes y el empleo está descendiendo

- Los ingresos traen un ritmo decreciente y el empleo está aumentando.
- El empleo está aumentando y la empresa está cerrando establecimientos.
- El empleo está disminuyendo y la empresa está abriendo más establecimientos.
- ✓ Tenga en cuenta que existe inconsistencia en la información suministrada si:
 - Se relaciona personal y salarios sin fechas o viceversa
 - Se relaciona personal sin salarios o viceversa.
 - Existen elevadas variaciones en los promedios de personal de un período a otro, tenga presente que especialmente en el personal permanente no se deben presentar variaciones continuas, de ser así, es posible que la modalidad de contratación sea temporal. Indague con la fuente y efectúe las correcciones y aclaraciones que sean necesarias en observaciones.
- ✓ Las empresas se encuentran clasificadas por códigos de inclusión y por escalas de ingresos, la siguiente tabla indica los rangos de variación permitida entre un período y otro de acuerdo a las escalas de ingresos o de número de habitaciones para la actividad de Hoteles:

Variable	Escala ingresos	Mínimo %	Máximo %
Variaciones:			
* Total Personal Ocupado	1 y 2	-30	30
* Total Salarios,			
* Total prestaciones y sus tipos de contratación	3 y 4	-20	20
* Ingresos	5 y 6	0	20

- ✓ Las tablas a continuación corresponden a los rangos de control entre un período y otro de acuerdo a las escalas de ingreso para la actividad de las Agencias de Viaje:

Variable	Escala ingresos	Mínimo %	Máximo %
Variaciones total Personal Ocupado y sus tipos de contratación	1 y 2	-20	30
variaciones Ingresos y componentes del ingreso	Todos los niveles de ingreso	-20	25
variaciones total salarios y por tipos de contratación	Todos los niveles de ingreso	-20	20
variaciones Prestaciones y por tipos de contratación	Todos los niveles de ingreso	-20	25



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 17
FECHA: 08-05-07

- ✓ Para establecimientos con características especiales (que se alejen de la generalidad de los casos), es importante que se calcule la variación de por lo menos tres períodos atrás, a fin de establecer si esa situación es única para ese mes o viene de períodos anteriores. Escriba el comentario correspondiente en el espacio de observaciones del formulario.
- ✓ Revise [Anexo 1](#) para información sobre los valores de control.

CAPÍTULO V – CARACTERÍSTICAS DE LOS HOTELES (Únicamente para el formulario H)

Este capítulo siempre debe venir diligenciado ya que permite determinar las especificaciones del servicio prestado en hoteles a los huéspedes y el motivo de viaje de estos últimos.

1. Servicio de alojamiento día a día. En caso que la fuente señale con **X** la opción 1 que indica que la forma del contrato para cada huésped se efectúa de manera diaria, verifique que suministre toda la información solicitada en los indicadores. Revise que solo venga diligenciada una casilla, estas son excluyentes entre sí.

2. Habitaciones disponibles para ser ocupadas en el mes. Se relaciona en este renglón el número de habitaciones disponibles para ser utilizadas por los huéspedes, durante el mes. Potencialmente, es factible que cada habitación esté disponible, para ser ocupada, todos los días del mes; por lo tanto, una habitación tiene por sí sola, una disponibilidad de ocupación de 30 veces al mes. Las cabañas se cuentan como una habitación. Este renglón siempre debe venir diligenciado.

3. Habitaciones ocupadas (vendidas) en el mes. Hace referencia al número de habitaciones ocupadas durante el mes. Se debe registrar el total de acuerdo con los registros de huéspedes, sumando día a día el número de veces que cada habitación ha estado cedida (vendida) a un cliente. Ejemplo: si los hoteles de la empresa de servicios tienen físicamente 100 habitaciones, de las cuales 70 permanecen ocupadas todo el mes, el número de habitaciones vendidas es de 2.100 (70 habitaciones vendidas X 30 días). Verifique que el número de habitaciones ocupadas al mes sea menor a las habitaciones disponibles, de no ser así consulte con la fuente y corrija.

4. Camas disponibles en el mes. Se refiere a la cantidad de camas que tiene la empresa hotelera, y su capacidad mensual para ser utilizadas por los huéspedes. Al igual que ocurre con las habitaciones, es posible que cada cama pueda ser usada 30 veces al mes; por lo tanto, si existen 200 camas, su disponibilidad de ocupación mensual es de 6.000 (200 camas X 30 días). Se recomienda que las camas dobles se cuenten como dos y las adicionales solicitadas por el cliente no se toman. Verifique que el número de camas disponibles siempre sea mayor al número de habitaciones disponibles.

5. Camas vendidas en el mes. Hace referencia al número de camas ocupadas durante el mes. Se registra aquí el total de acuerdo con los registros de huéspedes del hotel, sumando día a día el número de veces que cada cama ha estado cedida (vendida) a un cliente. Ejemplo: si la totalidad de hoteles tienen físicamente 200 camas, de las cuales 160 permanecen ocupadas todo el mes, el número de camas vendidas es de 4.800 (160 camas X 30 días). Verifique que el número de camas vendidas al mes sea menor al número de camas disponibles y a su vez debe ser *siempre mayor* al número de habitaciones ocupadas al mes, en caso contrario indague con la fuente y realice las correcciones necesarias.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 18
FECHA: 08-05-07

6. Huéspedes residentes en Colombia, en el mes. Confirme con el informante que la información corresponda al registro de huéspedes del hotel. El número de huéspedes debe ser menor al número de camas vendidas.

Residentes son aquellas personas que tienen un centro de interés económico en el país. Es decir, que circulan libremente dentro del país, y que poseen algún lugar de vivienda, establecimiento de producción u otras instalaciones dentro del territorio nacional, desde el cual realiza o tiene intenciones de seguir realizando actividades y transacciones económicas de forma indefinida o por un periodo prolongado.

7. Huéspedes no residentes en Colombia, en el mes. Confirme con el informante que la información corresponda al registro de huéspedes del hotel. El número de huéspedes no residentes más los huéspedes residentes debe ser menor al número de camas vendidas.

No residentes, son aquellas personas que no tienen un centro de interés económico y no mantienen dentro del país una vivienda o residencia principal. El centro de interés económico de esa persona se encuentra fuera del país. Sus actividades económicas las realizan de forma definida o por un periodo limitado.

8. Tarifa de habitación promedio mensual (en pesos sin centavos.) Revise que el informante haya seguido las instrucciones de crítica, para el diligenciamiento las tarifas de alojamiento, de acuerdo a los diferentes tipos de habitación. Cuando por las características de las habitaciones exista más de una tarifa, se debe calcular el promedio. Ejemplo:

Tipo de habitación	Tarifa (pesos)
Suite junior	80.000
Suite matrimonial	100.000
Otras Suite	150.000
TOTAL	330.000

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total tarifas}}{\text{Número de tarifas sumadas}} = \frac{330.000}{3} = 110.000$$

Tarifa promedio de la suite = \$110.000

También, verifique que para cada tipo de habitación reportado como vendido, se especifique la tarifa correspondiente. Sin embargo, si en el hotel existe algún tipo de habitación que no haya sido vendido, revise que haya reportado el valor de la tarifa.

9. Huéspedes que pernoctaron por: Cerciórese que la suma de los porcentajes de los huéspedes que pernoctaron por diferente número de noches, sea igual a 100%. Si únicamente el renglón 9.9 Huéspedes permanentes, viene diligenciado, confirme los datos con el informante y cerciórese que efectivamente el establecimiento corresponde a un hotel.



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 19
FECHA: 08-05-07

10. Motivo del viaje de los huéspedes. Revise que la suma de porcentajes de los numerales 10.1 a 10.6 sea igual al 100%, para cada una de las columnas. Cuando la fuente diligencie el numeral 10.6, verifique que este sea especificado en observaciones.

Ejemplo: El hotel recibió 150 huéspedes residentes en Colombia y 200 huéspedes no residentes. De los residentes, 108 estuvieron por negocios, 36 por ocio, recreo o vacaciones; 5 vinieron a convención y 1 fue AMERCO. Al tomar éstos motivos como porcentaje del total de huéspedes residentes se consigna en la tabla como aparece a continuación. De igual modo con los no residentes.

	Unidad	Residentes	No residentes
7. Huéspedes que pernoctaron	Número	150	200
8. Motivo del viaje			
8.1 Negocios	%	72	36
8.2 Ocio	%	24	58
8.3 Convenciones	%	3	3
8.4 Amercos	%	1	2
8.5 Salud	%	0	0
8.6 Otro	%	0	1
TOTAL	%	100%	100%

CAPITULO V. CARACTERÍSTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES (Únicamente para Agencias de Viajes)

En este capítulo se indaga por características básicas del funcionamiento de las agencias de viajes.

1. Número de días laborados por la empresa en la semana. Se Informa en este renglón el número de días de atención a los clientes en la empresa; si la empresa tiene más de un establecimiento, y estos tienen número de días de atención diferentes, se deben promediar los datos e informar dicho número sin decimales. Revise que el número de días laborados a la semana sea menor o igual a 7.

2. Distribución de pasajes vendidos según cliente. Se indica, porcentualmente, la distribución de los clientes de los pasajes vendidos por la empresa. Cerciórese que la empresa haya seguido las instrucciones de crítica, para el cálculo de los porcentajes y que la suma de los mismos sea igual a 100%.

Cuando el porcentaje de pasajes vendidos a empresas y a familias sea igual, consulte con la fuente y realice las correcciones u observaciones del caso.

3. Tipo de agencia. Aunque una agencia de viajes puede percibir ingresos de manera combinada, revise que haya sido marcada solo una opción. Si la fuente indica mas de una, indague cuál es la que le genera mayores ingresos y márquela con X.



MANUAL DE CRÍTICA MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS MMS

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 20
FECHA: 08-05-07

4. Número de pasajes o tickets vendidos, según motivo de viaje de los clientes. Revise que la suma de los renglones 4.1 y 4.2 sea igual al total reportado en el renglón 4.3.

5. Número de pasajes vendidos al mes. Revise que el **Total** para cada una de las columnas 1, 2, 3 y 4 corresponda a la suma de Nacional mas Internacional, y, que la columna 4 sea la suma de las columnas 1, 2 y 3 para cada uno de los renglones Nacional e Internacional. Adicionalmente, el renglón Total de la columna 4 debe ser igual al Total del numeral 4.

En general, para la crítica de este capítulo debe tener presente, que si la información difiere en mas de 20% de la reportada el mismo mes del año anterior , es necesario indagar la razón con el informante.

Revise que el cuadro de ciudad y fecha de diligenciamiento, responsable de la empresa y persona a quien dirigirse siempre se encuentre diligenciado. Asegúrese que los números de teléfono reportados sean superiores a 6 dígitos.

No olvide registrar la fecha de recepción del formulario, la identificación del funcionario que recibe el formulario y del que realiza la crítica del mismo.

III. INSTRUCCIÓN DE CRÍTICA PARA EL MANEJO DE NOVEDADES Y SU APLICACIÓN EN EL DIRECTORIO DE LA MUESTRA

Si la fuente no entrega de manera oportuna el formulario diligenciado, es necesario confirmar con la persona que suministra la información de la empresa, si esto obedeció a un evento o novedad en particular, situación que debe ser investigada y aclarada durante el operativo de campo.

Una vez realizado todo el proceso de verificación, en el directorio de la muestra se debe consignar la novedad que reporte el empresario, de acuerdo a las directrices que se mencionan en el Manual Sobre el Manejo de Novedades de las Investigaciones de Servicios.

IV. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME. REVISIÓN 3 ADAPTADA PARA COLOMBIA (CIU. REV. 3 A.C)

DIVISION 55 Hoteles

551 – Alojamiento en hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje no permanente

Este grupo incluye. El suministro, a cambio de una retribución, de alojamiento u hospedaje no permanente en instalaciones o lugares para acampar, tanto al público en general como exclusivamente a afiliados a una determinada organización, así como los servicios de restaurante que se prestan en combinación con los de alojamiento.



**MANUAL DE CRÍTICA
MUESTRA MENSUAL DE SERVICIOS
MMS**

CODIGO: LE-MMS-MCR-01
VERSIÓN: 02
PAGINA: 21
FECHA: 08-05-07

Las actividades propias del alojamiento de que trata esta división son realizadas por establecimientos especializados denominados comúnmente "hoteles", "hostales", "casas de huéspedes", etc., que ofrecen los servicios básicos propios de la habitación, áreas sociales y servicios complementarios, según el emplazamiento y los requerimientos del usuario.

También se incluyen los servicios de coche cama, si son proporcionados por unidades independientes.

Exclusiones:

Las actividades de servicios de asistencia social que incluyen alojamiento, se clasifican en la clase 8531 (Servicios sociales con alojamiento).

AGENCIAS DE VIAJES – DIVISIÓN 364 - 6340

Esta clase incluye:

El suministro de información, asesoramiento y planificación en materia de viajes, la organización de viajes y del alojamiento y transporte para viajeros y turistas, el suministro de billetes de viaje, etc.

También se incluyen las actividades de asistencia turística no clasificadas en otra parte, como las de los guías turísticos.

ANEXO 1. VALORES DE CONTROL

UBICACIÓN					DESCRIPCION	UNIDADES	VALORES
FORMULARIO	CAPTULO	REGLON	NUMERAL	COLUMNA			
Todos					Salario integral 2007 (En el sistema debe estar en miles de pesos)	Pesos	5.638.100
Todos					Salario integral 2006 (En el sistema debe estar en miles de pesos)	Pesos	5.304.000
Todos					Salario mínimo para 2007	Pesos	433.700
Todos					Salario mínimo para 2006	Pesos	408.000
Todos					75% salario mínimo para 2007	Pesos	325.275
Todos					75% salario mínimo para 2006	Pesos	306.000