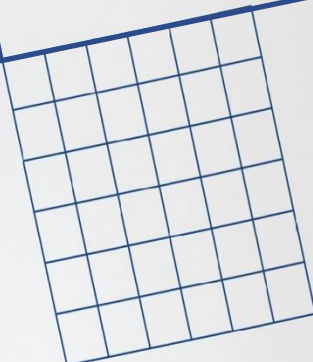


Tomo II – Mercancías

Encuesta Estructural Empresarial 2016

Principales Definiciones



Principales definiciones del Tomo II – Mercancías de la Encuesta Estructural Empresarial (ENESEM) 2016

Año, 2016

Dirección/Departamento

Dirección de Estadísticas Económicas (DECON)

Unidad

Gestión de Estadísticas Estructurales (GESE)

Elaborado por:

Jenny Borja
Leonardo Espinoza
Gabriela Hidalgo
Rita Jácome
María Morán
Joselyn Quisnancela
Franklin Tenesaca
Daniel Vera

Colaboración Coordinaciones Zonales**Operaciones de campo**

Jaime Lopez
Luis Sarauz
Tatiana Guarderas
Seidy Saraguro
Jose Salazar

Litoral

Joffre León
Verónica Menendez
Geovanny Carbo
Saray Holguín

Centro

Fernando Goyes
Mónica Velastegui
Adriana Castro

Sur

Luis Díaz
Marisol Gonzalez
Cecilia Flores
Magaly Calle

Revisado por:

Roberto Chaves

Aprobado por:

Darío Vélez
Markus Nabernegg

INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, entidad rectora y coordinadora del Sistema Estadístico Nacional y organismo oficial de la producción de información estadística estratégica, confiable y oportuna tiene a bien poner a disposición de los usuarios y público en general los resultados del Segundo Tomo Mercancías de la Encuesta Estructural Empresarial correspondiente al año 2016.

Los resultados generados corresponden a los datos de empresas que realizaron actividades de comercio, sea como principal, segunda o tercera actividad, por lo que proporcionaron información en la sección 2.2 "Ventas de bienes comercializados por la empresa al por mayor" y 2.3 "Ventas de bienes comercializados por la empresa al por menor". Por tanto, la información que se entrega en este tomo, comprende a las mercaderías comercializadas por la empresa al por mayor y menor en el año de investigación, estos se presentan a un nivel de desagregación de 8 dígitos de la Clasificación Central de Productos Versión 2.0 (CPC, Ver. 2.0). Los cuatro primeros dígitos referencian a la CIIU de correspondencia de la mercadería y los cuatro siguientes a la CPC, lo que permite una mayor especificación en la descripción de las mercancías vendidas.

Es importante destacar que los datos que se presentan tienen un alcance de resultados a nivel muestral, es decir, no se hacen estimaciones de las mercancías comercializadas hacia la población objetivo de la Encuesta Estructural Empresarial. Esto obedece principalmente a que la muestra diseñada para las empresas Medianas A y B, se realizó a través de un muestreo probabilístico que garantizó una representatividad por tamaño de empresa (Mediana A, Mediana B y Grande) y además por Secciones de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU Rev.4) que constituyen los dominios de estudio de esta operación estadística.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos agradece a las empresas informantes por la colaboración prestada y a la vez les reitera el pedido de continuar proporcionando oportunamente los datos estadísticos para la preparación y publicación del presente documento.

CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Código CPC

La Clasificación Central de Productos (CPC) consiste de una estructura de clasificación de productos coherente y consistente basada en una serie de conceptos, definiciones, principios y reglas de clasificación internacionalmente acordados. Provee un marco completo por medio del cual se pueden levantar y presentar datos sobre productos, en un formato que permite el análisis económico para apoyar la toma de decisiones y la elaboración de políticas. (Naciones Unidas, Clasificación Central de Productos, 2015)

Comercio al por mayor

Se define como la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a minoristas, el comercio de empresa a empresa (por ejemplo, a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales) o la reventa a otros mayoristas, o entraña actuar como agente o intermediario en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías. (Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008)

Comercio al por menor

Se define como la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados principalmente al público en general para consumo o uso personal o doméstico, por establecimientos comerciales, grandes almacenes, quioscos, minoristas electrónicos, empresas de venta por correo, buhoneros y vendedores ambulantes, cooperativas de consumidores, etcétera. (Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008).

Ventas Nacionales

Valor monetario, expresado en dólares recaudado por las empresas comercializadoras investigadas por concepto de ventas en el mercado nacional.

Ventas Extranjeras


Valor monetario, expresado en dólares recaudado por las empresas comercializadoras investigadas por concepto de ventas en el mercado extranjero.

Costo de Ventas

El costo de venta de una empresa que tiene como actividad Comercio es igual a la suma del inventario inicial más las compras netas locales y las importaciones de bienes no producidos por el sujeto pasivo; menos el inventario final de los bienes no producidos por el sujeto pasivo.


**CADA
HECHO
DE TU
VIDA**
Cuenta

 @ecuadorencifras

 INEC/Ecuador

 @InecEcuador

 INECEcuador

 t.me/equadorencifras

 INEC Ecuador