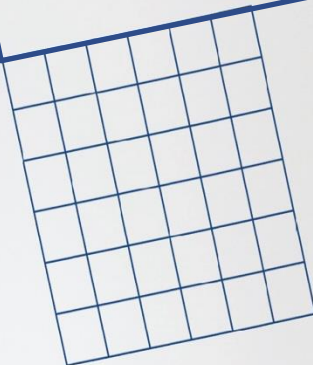


# **Tomo II – Mercancías**

## **Encuesta Estructural Empresarial 2017**

**Principales Definiciones**



## Principales definiciones del Tomo II – Mercancías de la Encuesta Estructural Empresarial (ENESEM) 2017

Año, 2017

**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 2017.

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