

METODOLOGÍA DE LA OPERACIÓN: 77207006

EXPLOTACIÓN DEL ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR (ICM)

1. Introducción

El objetivo del ICM es conocer las características fundamentales de las empresas dedicadas al ejercicio del comercio al por menor, que permitan medir a corto plazo la evolución de la actividad del sector. Estas características se miden a través de dos variables: la cifra de negocios en términos nominales, esto es, a precios corrientes, y el empleo.

Esta estadística forma parte del programa de acción para el Desarrollo del Sistema Estadístico sobre el Comercio elaborado por Eurostat Reglamento (CE) nº 1165/98 del Consejo de 19 de mayo de 1998, sobre las estadísticas coyunturales.

Para el ámbito de las Illes Balears, el IBESTAT lleva a cabo la operación 77207006 Explotación del Índice de comercio al por menor (ICM), a partir de la homónima que ejecuta el INE para el conjunto de España. Esta explotación nos permite disponer a nivel autonómico de información respecto de los índices globales y las tasas variación de la cifra de negocio a precios constantes y corrientes por grupo de venta, así como la variación de la ocupación que se le vincula.

2. Ámbito poblacional

La población objeto de estudio está formada por las empresas cuya actividad principal se inscribe en la División 47 de la sección G de la CNAE-2009, atendiendo al establecimiento en el que se lleva a cabo la actividad:

47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas. Esta división incluye los siguientes puntos según el lugar en el que se lleva a cabo la transacción.

Establecimientos no especializados	Establecimientos especializados	Otros
47.1 Realizado en establecimientos no especializados	47.2 Alimentos, bebidas y tabaco 47.3 Combustible para la automoción 47.4 Equipos para las TIC 47.5 Otros artículos de uso doméstico 47.6 Artículos culturales y recreativos 47.7 Otros artículos (prendas de vestir, farmacia, animales, etc.)	47.8 En puestos de venta y en mercadillos 47.9 Por correspondencia, por Internet, a domicilio, en máquinas expendedoras, etc.

La empresa es la unidad informante al disponer de los datos contables y de empleo.

3. **Ámbito temporal**

La periodicidad de este indicador es mensual.

4. **Diseño muestral**

El marco muestral es el Directorio Central de Empresas (DIRCE), actualizado una vez al año con fuentes administrativas (principalmente

tributarias y de la Seguridad Social) o con informaciones procedentes de otras operaciones estadísticas del INE.

Se aplica un muestreo aleatorio estratificado, en el que los estratos se forman mediante el cruce de Comunidad Autónoma, agrupación de actividad económica principal y tamaño de la empresa.

Los tamaños muestrales se establecen para que, a nivel de Comunidad Autónoma, se obtengan estimaciones representativas a nivel del grupo de venta de "Alimentación (4711 + 472)" y resto.

En cada estrato se obtiene una muestra aleatoria, a excepción del formado por las empresas de 50 o más asalariados, en las que todas entran a formar parte de la muestra. Para repartir la muestra en los diferentes estratos no exhaustivos, se aplica una afijación de Neyman, prefijando errores de muestreo del 5% a nivel de comunidad autónoma.

El Reglamento europeo obliga a realizar cambios de base cada 5 años para reflejar la nueva distribución poblacional. Cada año en el mes de enero, se renueva una parte de la muestra, que supone una rotación de entre un 20 y 25% de las unidades informantes, en los estratos que no sean exhaustivos. El criterio que se utiliza es sustituir a las empresas que llevan colaborando en el cálculo del índice aproximadamente 5 años y también a todas aquellas que hayan sido bajas, ilocalizables, erróneamente incluidas y fusionadas o absorbidas.

5. Recogida de la información

Las empresas cumplimentan un cuestionario mensual y el procedimiento de recogida de datos es a través de la web, por correo postal, teléfono o fax.

6. Formulación de los índices agregados y año base

Los índices de Comercio al por Menor se calculan según un índice de Laspeyres encadenado teniendo como base el año 2015. Un índice encadenado mide movimientos acumulativos de índices a corto plazo en diferentes periodos base. Eso es, establece comparaciones entre el periodo corriente (t) y el periodo base (0) pero considerando las situaciones intermedias (k). En los índices de ICM base 2015 las situaciones intermedias consideradas corresponden a los meses de diciembre de todos los años.

Según el Reglamento nº 1165/98 los índices deben cambiar de base cada cinco años. Por tanto, enero de 2018 es el primer mes que se publica en la nueva base 2015, en este cambio se han recalculado los años 2015, 2016 y 2017 debido a una actualización de la muestra, pero se han enlazado las series para conseguir una serie comparable desde su inicio.

Años base de difusión en la web del IBESTAT

Base 2015	Ejercicios de 2001 en adelante
Base 2010	Ejercicios de 2001 a 2017
Base 2005	Ejercicios de 2001 a 2012

7. Conceptos y definiciones

Cifra de negocios

Comprende los importes facturados por la empresa durante el mes de referencia en concepto de venta de bienes y prestación de servicios que son objeto del tráfico de la empresa. Se contabilizan en términos netos deduciendo las devoluciones de ventas, así como los rappels sobre las ventas.

Alimentación, bebidas y tabaco

Frutas y verduras, carne, volatería y carne de caza, charcutería y fiambres, pescados y mariscos, pan y productos de panadería, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos de tabaco, lácteos, huevos, conservas de frutas, vegetales, carnes y pescados, etc.

Telas, vestido y calzado. Equipo personal

Telas, lana para tricotar o hacer punto, material básico para la fabricación de alfombras, sábanas, mantelerías, toallas, artículos de mercería, prendas de vestir, artículos de peletería, accesorios de vestir, artículos de tocador, etc.

Equipamiento del hogar

Muebles (excepto muebles de oficina), artículos de iluminación, utensilios domésticos no eléctricos, cubertería, vajilla, cristalería, alfarería, cortinas, artículos de madera, corcho y cestería. Electrodomésticos, equipos audiovisuales, instrumentos de música, artículos de ferretería, cortadoras de césped, vidrio plano, material y equipo de bricolaje, pinturas y barnices, material de construcción, ordenadores, fotografía y precisión, etc.

Salud

Productos farmacéuticos, medicamentos de uso veterinario, artículos médicos y ortopédicos, artículos de herboristería, óptica, etc.

Ocio

Libros, periódicos y papelería, juguetes y artículos de deporte, videojuegos, semillas, flores, plantas, fertilizantes, animales de compañía, alimentos para animales domésticos, programas informáticos. Discos compactos y cintas de audio y vídeo, flores y plantas artificiales, etc.

Otros bienes

Relojería, joyería y platería, droguería, papeles pintados y revestimiento de suelos, combustibles excepto para vehículos automóviles, galerías de arte comerciales, material y equipo de oficina, recuerdos, artesanía, artículos

religiosos y bisutería, sellos y monedas, artículos de regalo y de fumador, material de comunicación, artículos de viaje de cuero, lubricantes, aceites, etc.

Personal ocupado

Es el número total de personas que trabajan en la unidad de observación, incluye también propietarios que trabajan en la unidad, socios trabajadores y empleo familiar no retribuido.

Personal no remunerado

Constituido por las personas que dirigen o participan activamente en los trabajos de la empresa sin percibir una remuneración fija o salario.

Personal remunerado

Está formado por los trabajadores ligados a la empresa por un contrato de trabajo y que son retribuidos con cantidades fijas o periódicas en forma de sueldo, salario, comisión, destajo o pago en especie. Se distingue entre el personal fijo y el personal eventual.

Locales dedicados a la venta

Todo recinto accesible al público, estructuralmente separado e independiente, en el que se realizan o se pueden realizar actividades de comercio, dependiente de una empresa y en el que trabajan una o más personas de dicha empresa.

Gran superficie

Se considera gran superficie a todo establecimiento que tiene una superficie de venta y exposición superior o igual a 2500 metros cuadrados. Se entiende por superficie de venta aquella que es accesible al público y donde se efectúan operaciones de venta.

Gran cadena

Se considera gran cadena a toda empresa que cuenta con 25 locales o más y tiene 50 o más asalariados.

Pequeña cadena

Se considera pequeña cadena a todas las empresas de más de un local excepto las que tienen 25 locales o más y 50 o más asalariados.

Empresas unilocalizadas

Se considera empresa unilocalizada aquella que realiza su actividad comercial a través de un único local.

Estaciones de servicio

Son aquellas empresas que tienen como actividad principal la venta de combustibles para la automoción.

Comercio especializado

Es el realizado por las empresas en las que el valor añadido o en su defecto el volumen de facturación de un solo tipo de producto, considerando como tal a los que están incluidos en una sola clase de la CNAE 2009, es superior al 50% y el realizado por las empresas que comercializan menos de cinco tipos de productos cuyo valor añadido suponga al menos el 5% de los ingresos totales por ventas al por menor, considerando que su actividad principal es la correspondiente al producto de mayor valor añadido.

Comercio no especializado

Es el realizado por las empresas que vendan cinco o más tipos de productos, considerando del mismo tipo los productos incluidos en una sola clase de la CNAE-2009, cuyo valor añadido o en su defecto volumen de facturación suponga al menos el 5% de los ingresos totales por ventas al por menor pero ninguno de ellos con valor añadido superior al 50%.

8. Documentación complementaria

[Metodología INE del Índice de comercio al por menor.](#)