



INDICES DE COMERCIO AL POR MENOR BASE 2005

INDICE

- + Legislación EUROSTAT
- + Metodología general
- + Formulación de las índices
 - + Nacionales
 - + EUROSTAT
 - + Modos de distribución
- + Deflación
- + Rotación
- + Ajuste de efecto calendario

Reglamento 1165/98 de Estadísticas Coyunturales

ANEXOS

- * Anexo A: Industria
- * Anexo B: Construcción
- * Anexo C: Comercio al por menor y obras de reparación
- * Anexo D: Otros servicios

ANEXO C

A) Ambito de aplicación.

Se aplicará a las actividades enumeradas en la división 47 de la NACE Rev.2.

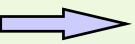
B) Unidad de observación.

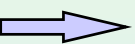
La unidad de observación de todas las variables de este anexo es la empresa.

Se podrá decidir la utilización de otras unidades de observación de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 18.

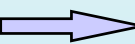
Reglamento 1165/98 de Estadísticas Coyunturales

C) Lista de variables.

* 120  Volumen de negocios

* 210  N° de personas empleadas

└ 211: N° de asalariados.

* 330  Indice de deflación de las ventas

└ 123: Cifra de negocios deflactada

Reglamento 1165/98 de Estadísticas Coyunturales

D) Forma

- + Todas las variables se deberán transmitir en forma no corregida.
- + Las variables 120 y 123 también se transmitirán corregidas por días hábiles.
- + Se podrán enviar las variables desestacionalizadas.
- + Todas las variables se enviarán en forma de índices o en cifras absolutas.

Reglamento 1165/98 de Estadísticas Coyunturales

E) Período de referencia.

<u>VARIABLE</u>	<u>PERIODO DE REFERENCIA</u>
120	Mensual
210	Trimestral
330 ó 123	Mensual

Reglamento 1165/98 de Estadísticas Coyunturales

F) Nivel de detalle

120, 330 (ó 123)  Nivel de detalle definido en puntos 2, 3 y 4 de la sección f.

210 (ó 211)  Nivel de detalle definido en puntos 3 y 4 de la sección f.

Nivel de detalle

Punto 1

Clase: 47.11

Clase: 47.19

Grupo: 47.2

Grupo: 47.3

Suma de clases: $47.73+47.74+47.75$

Suma de clases: $47.51+47.71+47.72$

Suma de clases: $47.43+47.52+47.54+47.59+47.63$

Suma de clases:

$47.41+47.42+47.53+47.61+47.62+47.64+47.65+47.76+47.77+47.78$

Clase: 47.91

Punto 2

Suma de clase y grupo: $47.11+47.2$

Suma de grupos y clase:

$47.19+47.4+47.5+47.6+47.7+47.8+47.9$

División 47

División 47 sin 47.3

Punto 3

División 47

División 47 sin 47.3

Cumplimiento exigencias de EUROSTAT: Adaptación a la nueva CNAE-2009

El Reglamento (CE) Nº 1893/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de diciembre de 2006 por el que se establece la nomenclatura estadística de actividades económicas NACE Revisión 2 y por el que se modifica el Reglamento (CEE) nº 3037/90 del Consejo y determinados Reglamentos de la CE sobre aspectos estadísticos específicos.

Este Reglamento ha modificado el 1165/98 y nos ha **obligado a adaptarnos a la NACE Rev.2** (CNAE-2009 versión española).

Implicaciones de la CNAE-2009

- Pasamos de estudiar la división 52 en CNAE-93 a la división 47 en CNAE-2009.
- Se introducen las empresas que se dedican a la venta al por menor de combustible para automoción (las estaciones de servicio)
- Se calcula además del índice General sin estaciones de servicio, el índice General del comercio minorista (que incluye el combustible para automoción) tanto para facturación como para empleo.

Implicaciones de la CNAE-2009

- EUROSTAT obliga a través de Reglamento a la realización del backcasting, esto es, al cálculo de las series retrospectivas hasta el año 2000.
- Primer mes de publicación CNAE-2009: Enero de 2009

OBJETIVO

- Cumplir las exigencias de EUROSTAT establecidas en el Reglamento 1165/98 (anexo C)
- Necesidades de información nacionales y de las comunidades autónomas

Unidades de la encuesta

- **EMPRESA** que ejerce como **actividad principal** el comercio al por menor
 - + Información
 - + Análisis
- **Local o establecimiento**
 - + Análisis

Ámbito poblacional

La **división 47**, 'Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor y motocicletas'.

Ámbito geográfico

Todo el territorio nacional

Ámbito temporal

Mensual

Ámbito poblacional

División 47 de la CNAE-2009 Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor y motocicletas.

47.1 Comercio al por menor en establecimientos no especializados.

47.2 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados

47.3 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados.

47.4 Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados

47.5 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.

47.6 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.

47.7 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados.

47.8 Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos.

47.9 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta y mercadillos.

Diseño muestral

Muestreo estratificado

Estratificación; cruce de 3 variables:

- ▮ actividad principal
- ▮ número de asalariados
- ▮ Comunidad Autónoma

Estrato exhaustivo:

+50 asalariados

12.000 unidades

Grupos de actividad

Grupo 1: 47.11

Grupo 2: 47.2

Grupo 3: 47.51+47.71+47.72

Grupo 4: 47.43+47.52+47.54+47.59+47.63

Grupo 5: 47.41+47.42+47.53+47.61+47.62+47.64+
47.65+47.76+47.77+47.78

Grupo 6: 47.19

Grupo 7: 47.73+47.74+47.75

Grupo 8: 47.79+47.81+47.82+47.89+47.99

Grupo 9: 47.91

Grupo G: 47.3

Estratos

Estrato 1: menos de 3 asalariados

Estrato 2: de 3 a 9 asalariados

Estrato 3: de 10 a 49 asalariados

Estrato 4: más de 49 asalariados

Estrato 4: ESTRATO EXHAUSTIVO

Cambio de base

1994  2001  2005

Recogida de la información

- ✚ Periodicidad mensual

- ✚ Recogida desde 21 Urces

- ✚ Procedimiento:

cuestionarios en papel, teléfono, fax con reclamaciones por teléfono, web.

□ Calendario de recogida

- ✚ Última semana de t: envío de cuestionarios
- ✚ T+7: Llegada de los cuestionarios a la delegación. Grabación y depuración.
- ✚ T+18: Recepción de cuestionarios grabados en SSCC. Depuración y cálculo de los índices.
- ✚ T+30: Publicación de resultados.

CUESTIONARIO GENERAL

A. Modificaciones en la identificación (Cumplimente sólo los apartados sujetos a variación)

Nombre o razón social de la empresa _____ NIF

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dirección (calle, plaza, avenida, ...) _____

Código Postal

--	--	--	--	--	--

 Municipio _____

Provincia _____ Teléfono _____ Fax _____ e-mail _____

B. Actividad principal (la que genera mayor valor añadido o, en su defecto, mayor cifra de negocios)

Importante: compruebe si la actividad principal coincide con la indicada en la etiqueta. Si no fuera así, descríbalas detalladamente: _____

--	--	--	--	--

C. Locales y días abiertos en el mes

1. Número de locales dedicados a la venta (total de la empresa) _____
2. De ellos, con superficie de venta $\geq 2.500 \text{ m}^2$ _____
3. Número de días abiertos en el mes de referencia _____

(Nota: si tiene locales que abren diferente número de días, indique el número medio de días)

D. Ingresos (IVA incluido) (anótense en euros sin decimales)

Ingresos por ventas

- | | |
|--|---------|
| 1. Alimentación, bebidas y tabaco _____ | 1 _____ |
| 2. Telas, vestido y calzado. Equipo personal _____ | 2 _____ |
| 3. Equipamiento del hogar _____ | 3 _____ |
| 4. Salud _____ | 4 _____ |
| 5. Ocio _____ | 5 _____ |
| 6. Otros bienes _____ | 6 _____ |
| 7. TOTAL (1+2+3+4+5+6) _____ | 7 _____ |

Productos

Del total de ingresos (D7) señale (en porcentaje con dos decimales)

- | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| 8. Porcentaje de ventas realizadas en locales con superficie de venta $\geq 2.500 \text{ m}^2$ _____ | 8 <table border="1"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> , <table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 9. Porcentaje de ventas realizadas mediante comercio electrónico _____ | 9 <table border="1"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> , <table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

La venta mediante comercio electrónico implica pactar la transacción automáticamente a través de una red telemática (Internet u otras), independientemente de que el pago o el reparto del producto se realice mediante otra vía. Los pedidos realizados por e-mail escrito de forma manual deben quedar excluidos.

- | | |
|--|----------|
| 10. Ingresos por otras actividades _____ | 10 _____ |
| 11. TOTAL DE INGRESOS (D7+D10) _____ | 11 _____ |

Del total de ingresos (D11) señale (en porcentaje)

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
| 12. Porcentaje dirigido a hogares _____ | 12 <table border="1"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | |
| | | | | |
| 13. Porcentaje dirigido a empresas o profesionales _____ | 13 <table border="1"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | |
| | | | | |

1	0	0
---	---	---

 %

E. Empleo (referido al último día del mes)

	Total de la empresa	En locales de $\geq 2500 \text{ m}^2$
1. Personal remunerado _____	_____	_____
2. Personal no remunerado _____	_____	_____

F. Desglose por comunidades autónomas

1. ¿La empresa cuenta con locales destinados a la venta en más de una comunidad autónoma?
☐ SÍ ☐ NO → Indique la comunidad autónoma en donde se encuentra/n su/s local/es destinados a la venta

2. Complimente la siguiente tabla para las comunidades autónomas en las que disponga de locales de venta

	Nº de locales dedicados a la venta	m² de superficie de venta de todos sus locales	Personal total el último día del mes	Del total de ingresos por ventas, (punto D7) indique el % correspondiente a cada CA
1. Andalucía				%
2. Aragón				%
3. Asturias (Ppdo. de)				%
4. Balears (Illes)				%
5. Canarias				%
6. Cantabria				%
7. Castilla y León				%
8. Castilla-La Mancha				%
9. Cataluña				%
10. Com. Valenciana				%
11. Extremadura				%
12. Galicia				%
13. Madrid (Com. de)				%
14. Murcia (Región de)				%
15. Navarra (Com. Foral de)				%
16. País Vasco				%
17. Rioja (La)				%
18. Ceuta				%
19. Melilla				%
Total	=C1		=E1+E2	100 %

Cuestionario Estaciones de Servicio

C. Estaciones de servicio y días abiertos en el mes

1. Número de estaciones de servicio dedicadas a la venta (total de la empresa) _____

2. Número de días abiertos en el mes de referencia _____

(Nota: si tiene estaciones de servicio que abren diferente número de días, indique el número medio de días)

D. Ingresos (IVA NO incluido) (anótense en euros sin decimales)

1. Ingresos por ventas (incluye combustibles o cualquier otro producto) _____

2. Ingresos por otras actividades _____

TOTAL DE INGRESOS (D1+D2) _____

Del total de ingresos (D1+D2) señale (en porcentaje)

1	0	0
---	---	---

 %

3. Porcentaje dirigido a hogares _____

--	--	--

 %

4. Porcentaje dirigido a empresas o profesionales _____

--	--	--

 %

E. Empleo (referido al último día del mes)

Total de la empresa

1. Personal remunerado _____

2. Personal no remunerado _____

F. Desglose por comunidades autónomas

1. ¿La empresa cuenta con estaciones de servicio en más de una comunidad autónoma?

☐

SÍ

☐

NO



Indique la comunidad autónoma donde se encuentra/n su/s estación/es de servicio destinados a la venta: _____



2. Cumplimente la siguiente tabla para las comunidades autónomas en las que disponga de estaciones de servicio

	Nº de estaciones de servicio	Personal total el último día del mes	Del total de ingresos por ventas, (punto D1) indique el % correspondiente a cada CA
1. Andalucía _____	_____	_____	_____ %
2. Aragón _____	_____	_____	_____ %
3. Asturias (Ppdo. de) _____	_____	_____	_____ %
4. Balears (Illes) _____	_____	_____	_____ %
5. Canarias _____	_____	_____	_____ %
6. Cantabria _____	_____	_____	_____ %
7. Castilla y León _____	_____	_____	_____ %
8. Castilla-La Mancha _____	_____	_____	_____ %
9. Cataluña _____	_____	_____	_____ %
10. Com. Valenciana _____	_____	_____	_____ %
11. Extremadura _____	_____	_____	_____ %
12. Galicia _____	_____	_____	_____ %
13. Madrid (Com. de) _____	_____	_____	_____ %
14. Murcia (Región de) _____	_____	_____	_____ %
15. Navarra (Com. Foral de) _____	_____	_____	_____ %
16. País Vasco _____	_____	_____	_____ %
17. Rioja (La) _____	_____	_____	_____ %
18. Ceuta _____	_____	_____	_____ %
19. Melilla _____	_____	_____	_____ %
Total _____	=C1	=E1+E2	100 %

NOTA: Las zonas sombreadas indican el apartado del cuestionario con el que deben coincidir

Gracias por su colaboración

REGIONALIZACION DE LA INFORMACION.

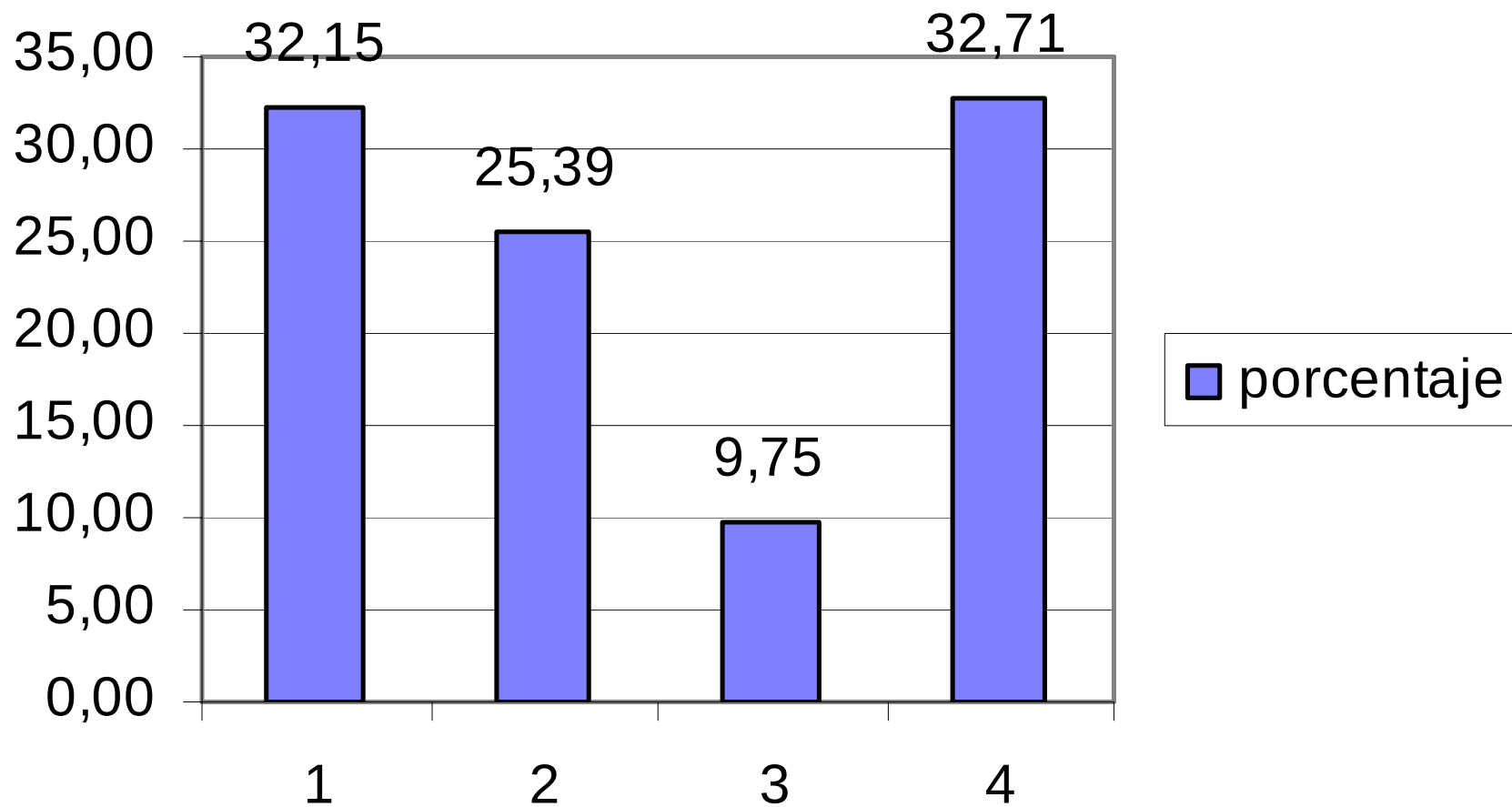
Facturación dentro de una Comunidad Autónoma:

- Facturación total de las empresas de los estratos 1, 2 y 3 con sede social en dicha comunidad
- El porcentaje de facturación indicado en la tabla de comunidades para esa región, de las empresas del estrato 4 independientemente de donde figure su sede social.

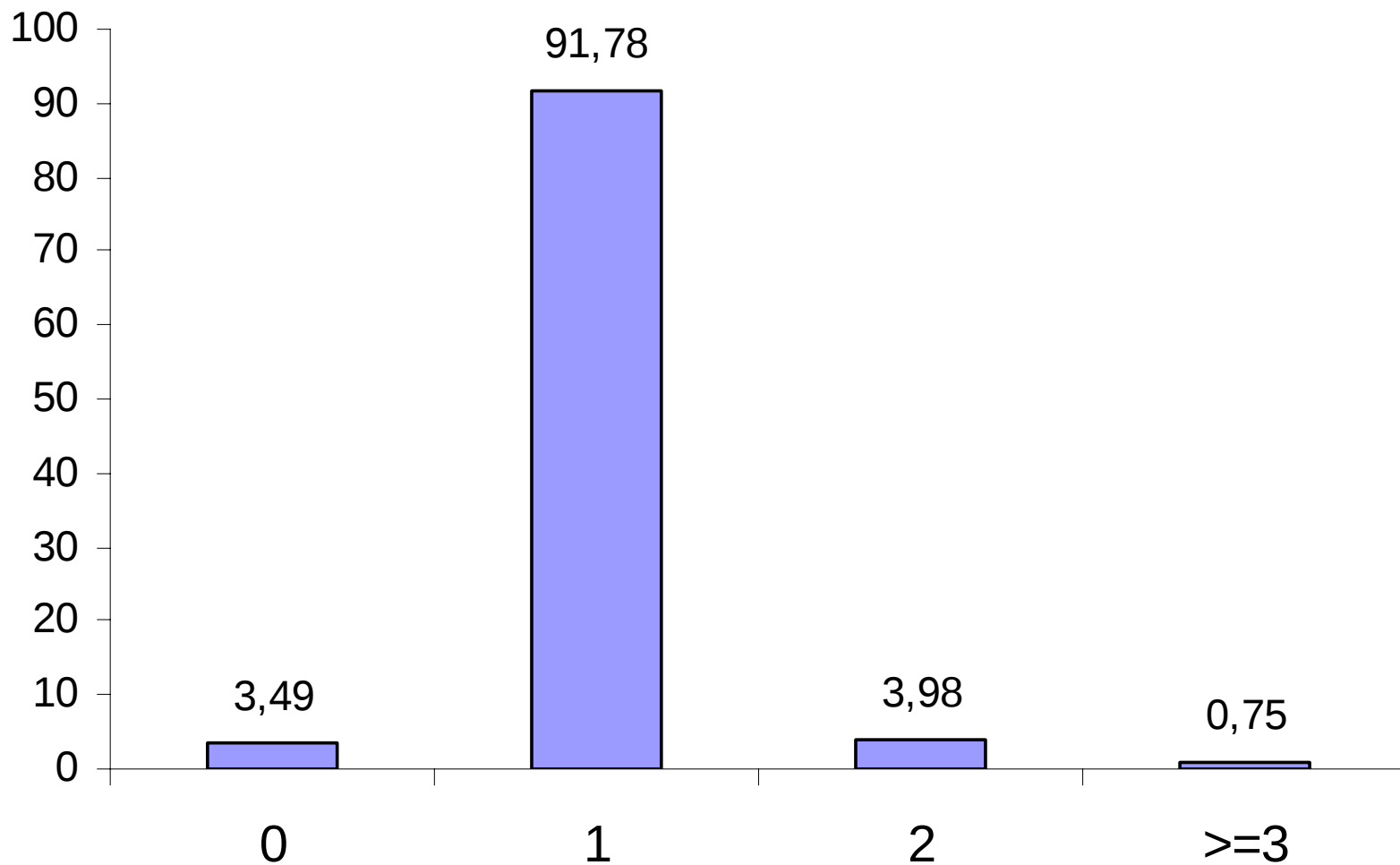
Se debe tener en cuenta:

- La facturación del estrato 4 representa un porcentaje elevado respecto del total de facturación,
- La mayoría del estrato 3 tienen locales en una única Comunidad Autónoma.

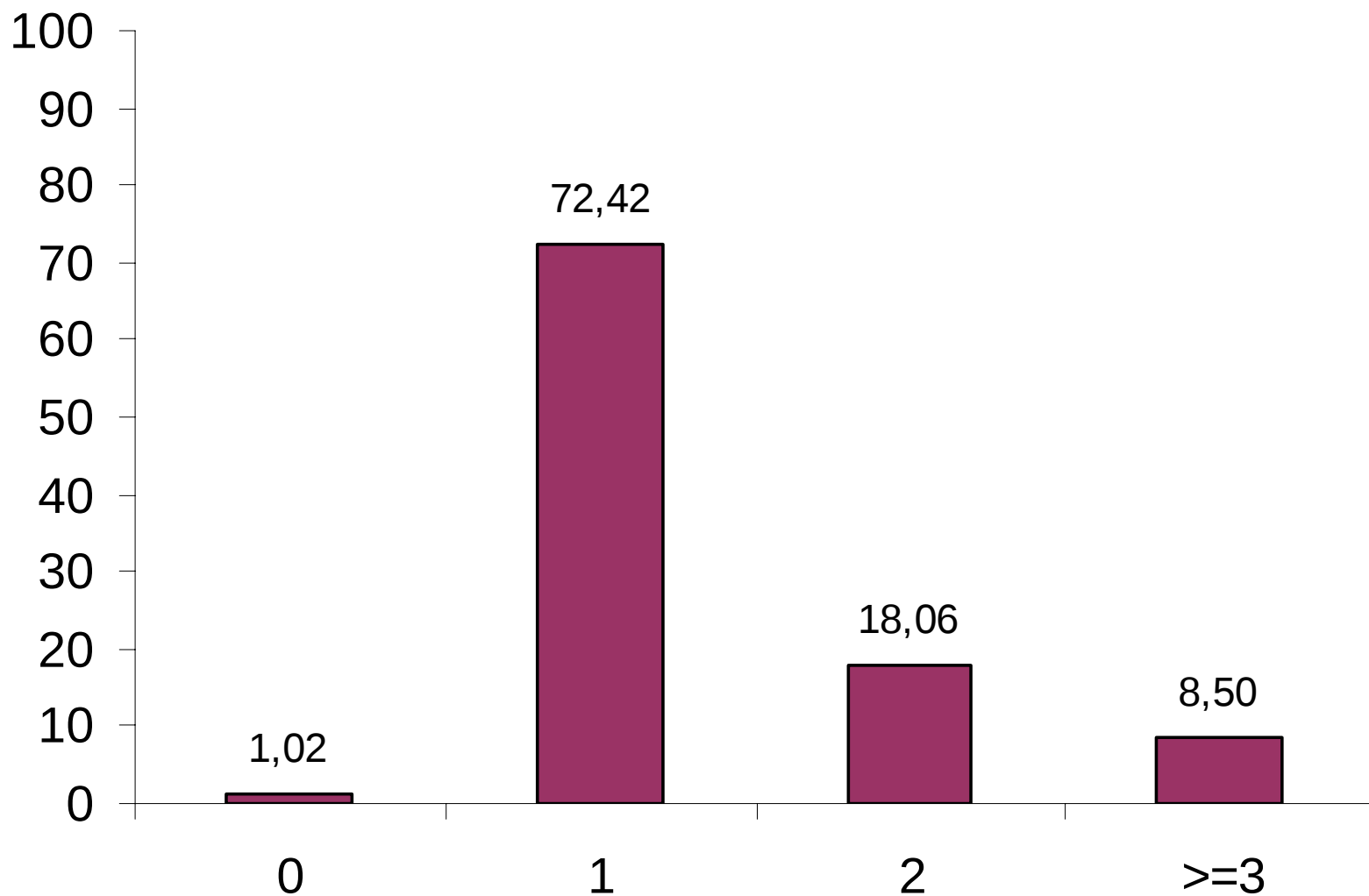
Porcentaje de Facturación



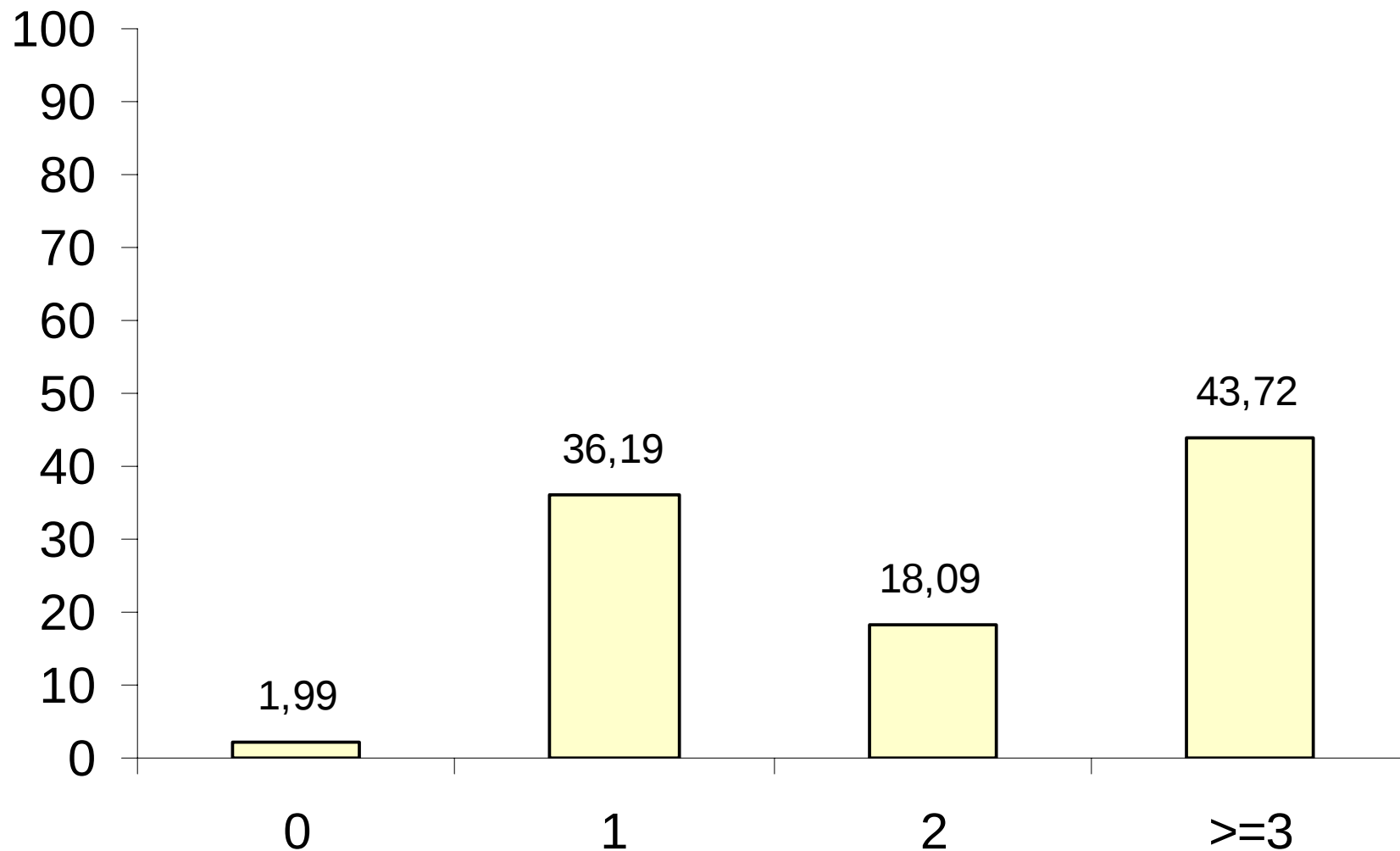
DISTRIBUCION DE LOCALES EN ESTRATO 1



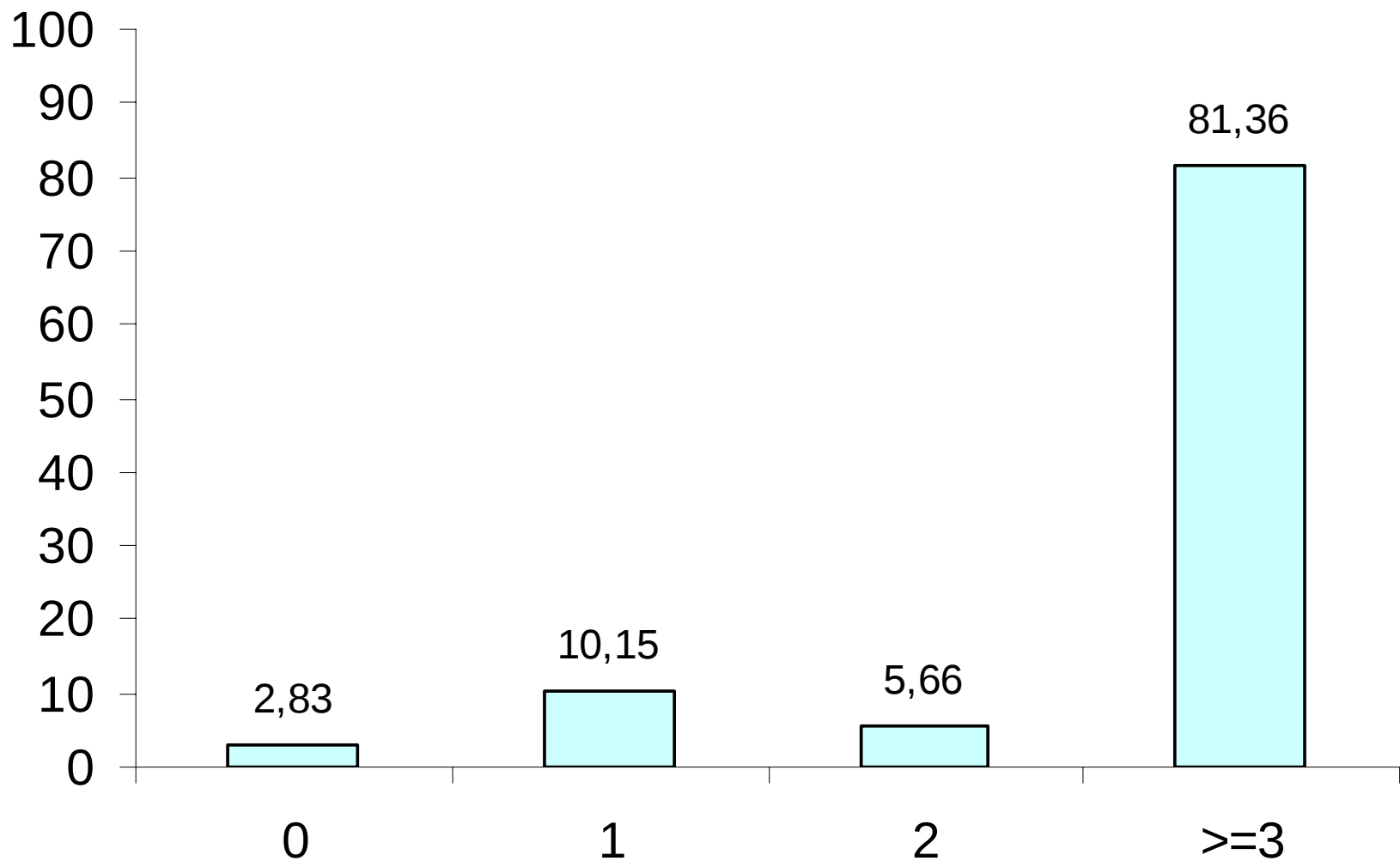
DISTRIBUCION DE LOCALES EN ESTRATO 2



DISTRIBUCION DE LOCALES EN ESTRATO 3



DISTRIBUCION DE LOCALES EN ESTRATO 4



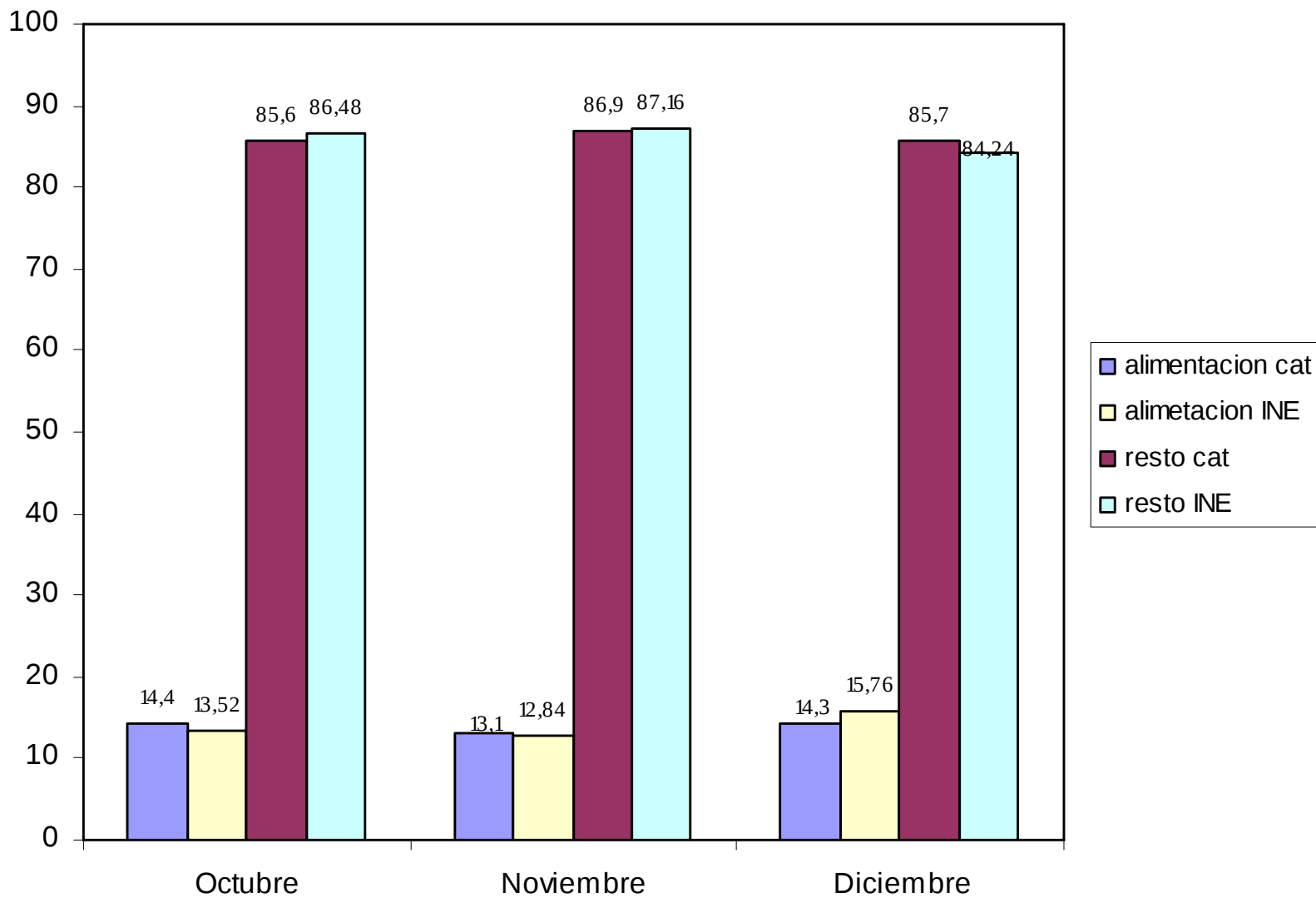
Empresas del estrato 3

Ventas en 1 comunidad	91,73%
Ventas en 2 comunidades	5,61%
Ventas en 3 comunidades	1,70%
Ventas en 4 comunidades	0,52%
Ventas en 5 comunidades	0,15%
Ventas en 6 comunidades	0,22%
Ventas en 7 comunidades	0,07%

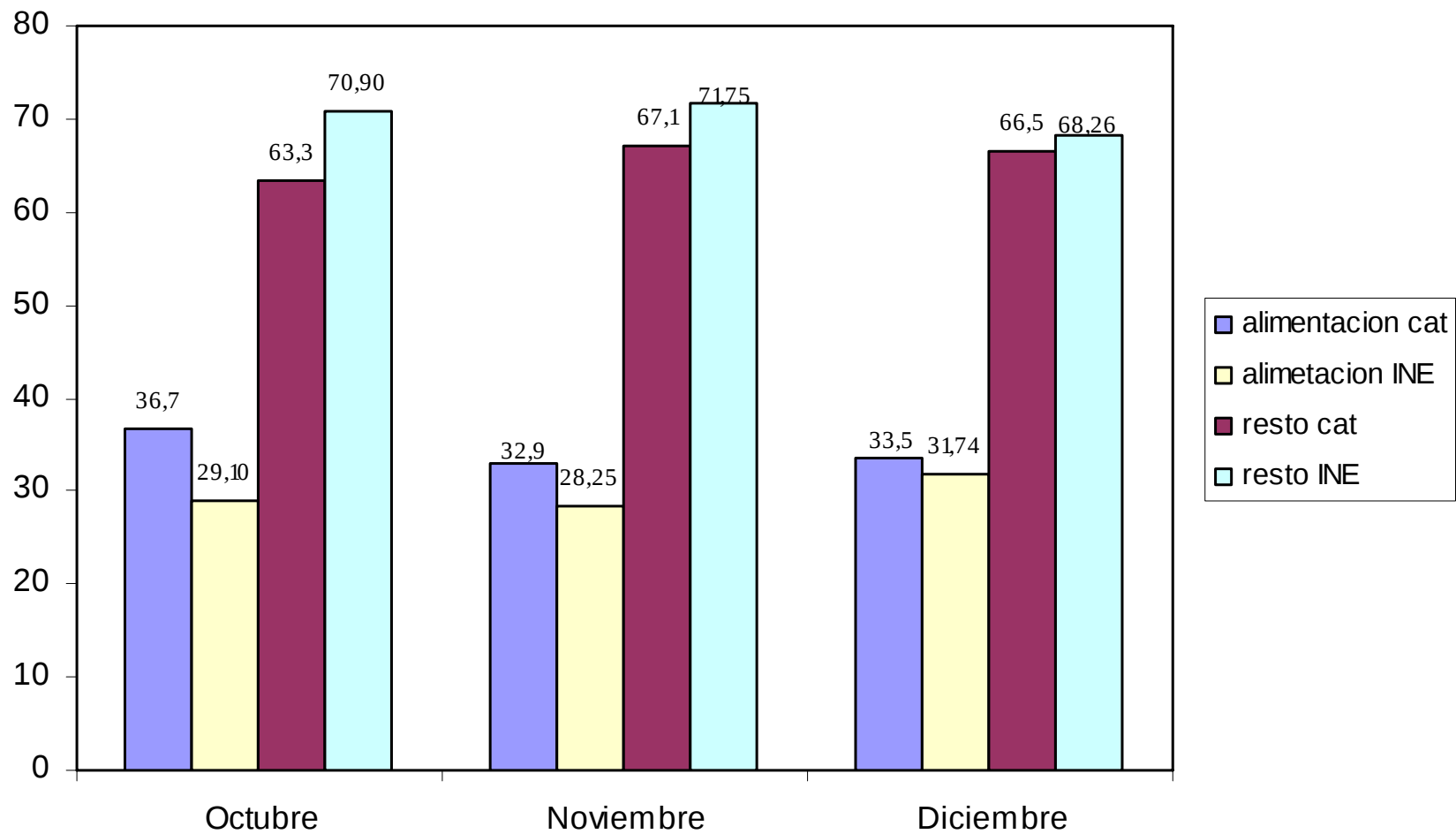
En las empresas del estrato 4, la distribución entre Alimentación y Resto se realiza manteniendo dentro de la comunidad, la misma distribución que para el total de la empresa.

Se ha realizado un estudio comparativo según la información facilitada por las empresas a la Comunidad Autónoma Catalana de las ventas realizadas en dicha comunidad y la información facilitada al INE de las ventas nacionales, para estudiar la distribución entre Alimentación y Resto.

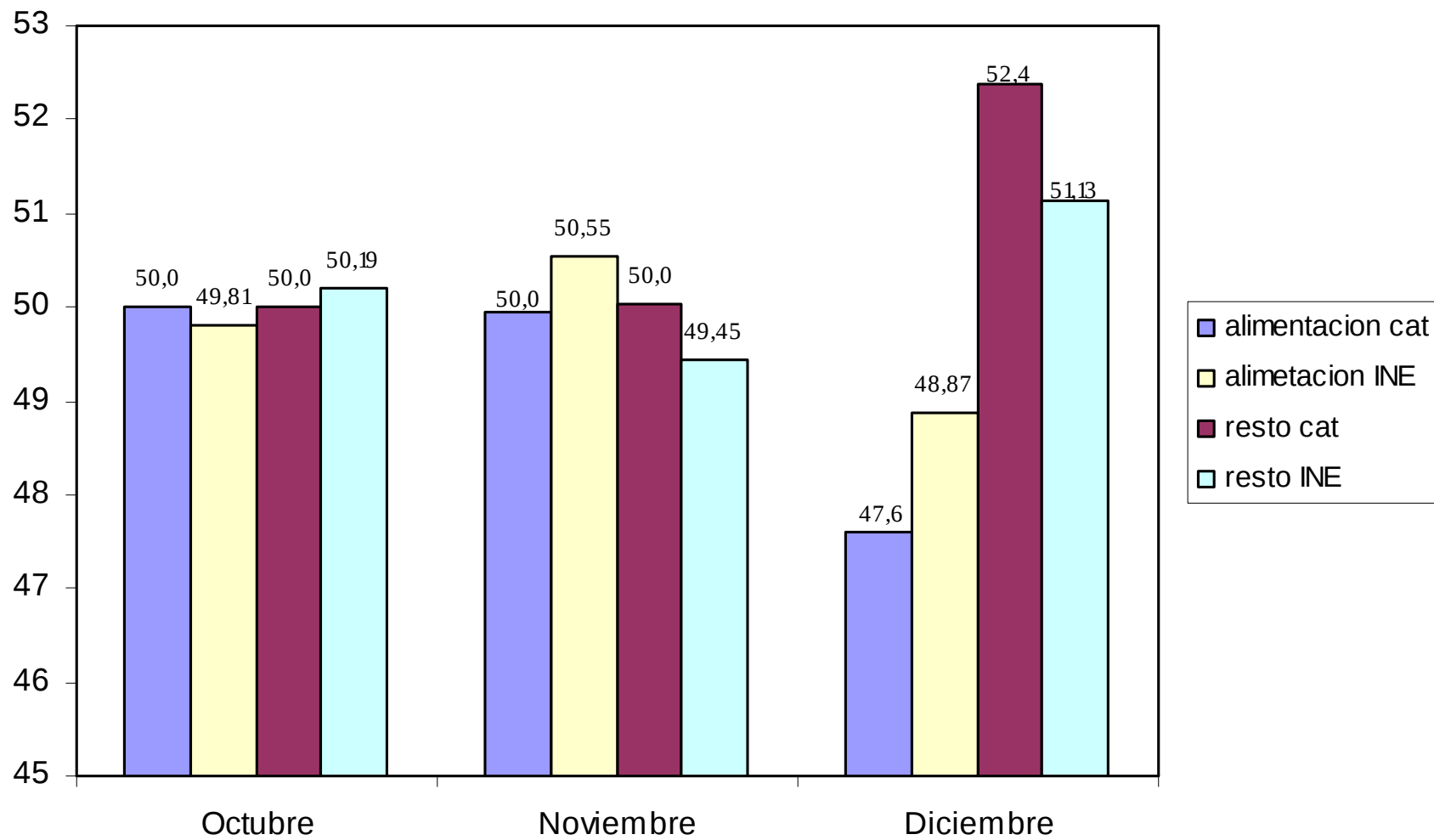
Empresa 1



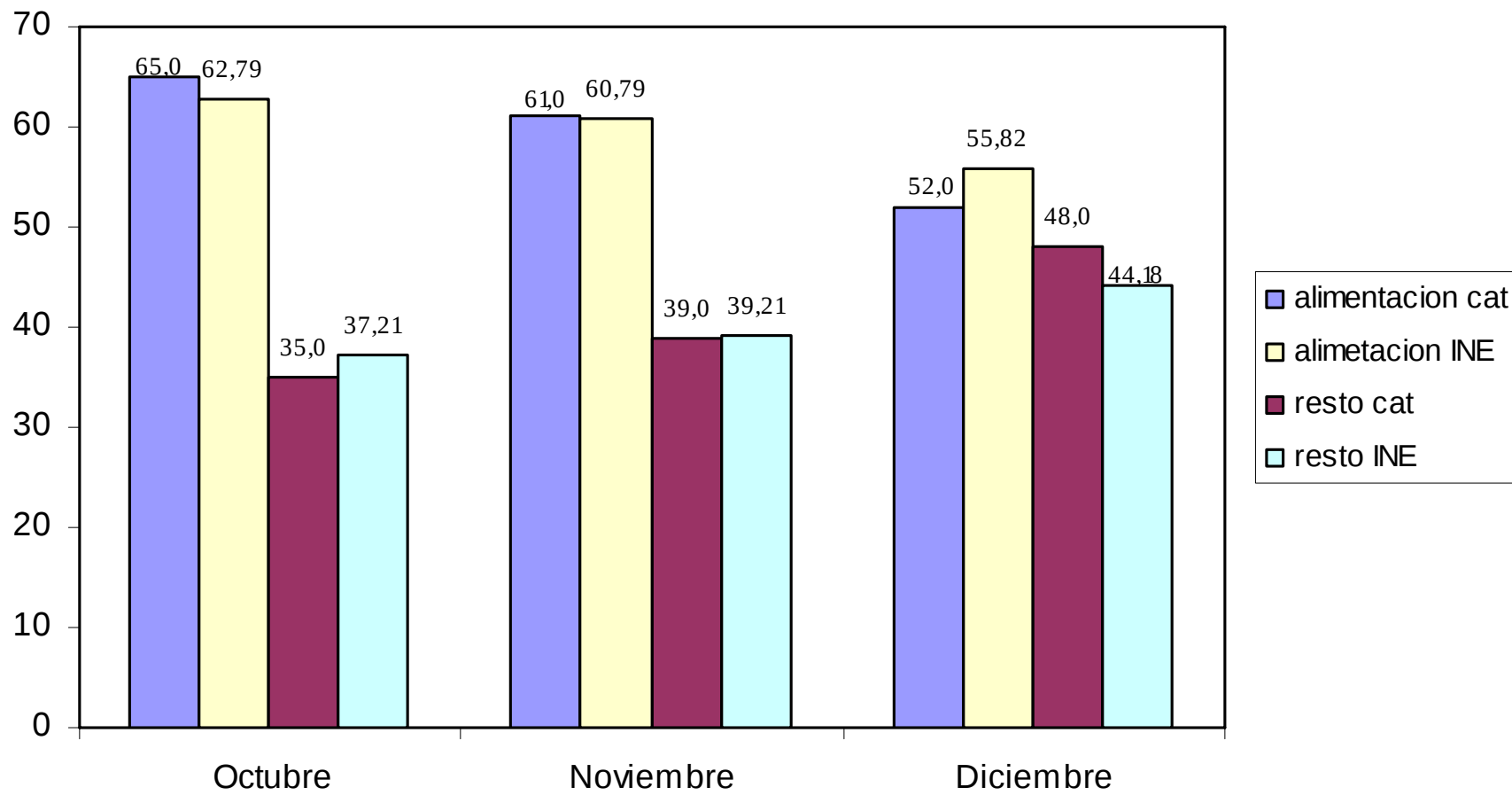
Empresa 2



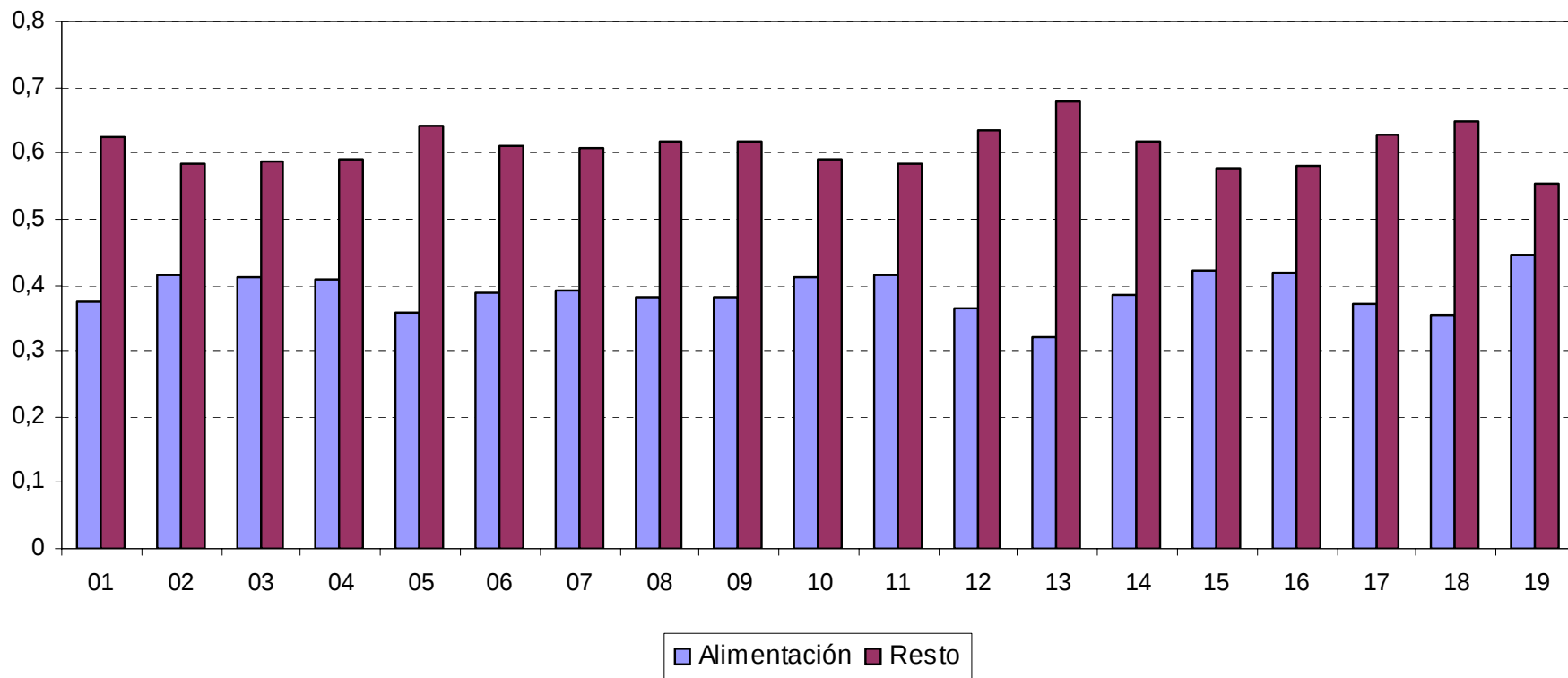
Empresa 3



Empresa 4



Ponderaciones de Alimentación y Resto en cada CCAA



Cálculo de índices

Índices simples: encadenados

Índices agregados Laspeyres

Las ponderaciones para el cálculo de los índices agregados se obtiene de la propia encuesta coyuntural. Resultados muy parecidos a la encuesta estructural.

Cálculo de índices

Dos tipos de índices:

- Por **productos** (publicación nacional)

Cuestionario volumen por producto independientemente de la actividad de la empresa (47.11, 47.19) (con IVA)

- Por **actividad** (EUROSTAT)

Toda la facturación independientemente del producto a la actividad principal de la empresa (sin IVA)

D. Ingresos (IVA incluido) (anótense en euros sin decimales)

Ingresos por ventas

- | | |
|--|---------|
| 1. Alimentación, bebidas y tabaco _____ | 1 _____ |
| 2. Telas, vestido y calzado. Equipo personal _____ | 2 _____ |
| 3. Equipamiento del hogar _____ | 3 _____ |
| 4. Salud _____ | 4 _____ |
| 5. Ocio _____ | 5 _____ |
| 6. Otros bienes _____ | 6 _____ |
| 7. TOTAL (1+2+3+4+5+6) _____ | 7 _____ |

Productos

Del total de ingresos (D7) señale (en porcentaje con dos decimales)

- | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| 8. Porcentaje de ventas realizadas en locales con superficie de venta $\geq 2.500 \text{ m}^2$ _____ | 8 <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> , <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| 9. Porcentaje de ventas realizadas mediante comercio electrónico _____ | 9 <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> , <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

La venta mediante comercio electrónico implica pactar la transacción automáticamente a través de una red telemática (Internet u otras), independientemente de que el pago o el reparto del producto se realice mediante otra vía. Los pedidos realizados por e-mail escrito de forma manual deben quedar excluidos.

- | | |
|--|----------|
| 10. Ingresos por otras actividades _____ | 10 _____ |
| 11. TOTAL DE INGRESOS (D7+D10) _____ | 11 _____ |

Del total de ingresos (D11) señale (en porcentaje)

- | | | | | |
|--|---|--|--|--|
| 12. Porcentaje dirigido a hogares _____ | 12 <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | |
| | | | | |
| 13. Porcentaje dirigido a empresas o profesionales _____ | 13 <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> % | | | |
| | | | | |

E. Empleo (referido al último día del mes)

	Total de la empresa	En locales de $\geq 2500 \text{ m}^2$
1. Personal remunerado _____	_____	_____
2. Personal no remunerado _____	_____	_____

Índices simples: Índice encadenado

Si j es el primer mes, enero de 2006:

$$I_j^v = \frac{\sum_k F_{jk} w_k}{F} 100$$

La facturación media es:

$$F = \frac{\sum_k \sum_j F_{2005,j,k}}{12}$$

El factor de elevación para cada Comunidad Autónoma

$$w_k = \frac{N_{ge}}{n_{ge}}$$

N_{ge} es la población por grupo y estrato

n_{ge} es la muestra por grupo y estrato

Para meses sucesivos, el índice del mes j vendrá dado por:

$$I_j^v = I_{j-1}^v V_{j-1,j}$$

Donde:

$$V_{j-1,j} = \frac{\sum_k F_{jk} w_k}{\sum_k F_{j-1,k} w_k}$$

Índices simples, para cada CCAA

- Índice de Alimentación
- Índice de Equipo Personal
- Índice de Equipo del Hogar
- Índice de Salud
- Índice de Ocio
- Índice de Otros Bienes
- Índice de Estaciones de Servicio

Índices simples por actividad

Clase: 47.11

Clase: 47.19

Grupo: 47.2

Grupo: 47.3

Suma de clases: $47.73+47.74+47.75$

Suma de clases: $47.51+47.71+47.72$

Suma de clases: $47.43+47.52+47.54+47.59+47.63$

Suma de clases:

$47.41+47.42+47.53+47.61+47.62+47.64+47.65+47.76+47.77+47.78$

Clase: 47.91

Índices agregados

➡ Índice de resto en una Comunidad Autónoma:

$$\begin{aligned}
 I_{\text{Resto}}^{\text{CA}} &= \sum_{\text{grupo}} I_{\text{grupo}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{grupo/Resto}}^{\text{CA}} = I_{\text{Eq.Personal}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{Eq.Personal/Resto}}^{\text{CA}} + \\
 &+ I_{\text{Eq.Hogar}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{Eq.Hogar/Resto}}^{\text{CA}} + I_{\text{Salud}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{Salud/Resto}}^{\text{CA}} + \\
 &+ I_{\text{Ocio}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{Ocio/Resto}}^{\text{CA}} + I_{\text{OtrosBienes}}^{\text{CA}} \times \text{Pond}_{\text{OtrosBienes/Resto}}^{\text{CA}}
 \end{aligned}$$

donde las **ponderaciones** se calculan:

$$\text{Pond}_{\text{grupo/Resto}}^{\text{CA}} = \frac{\text{Facturación Media Año Base para un grupo en una CA}}{\text{Facturación Media Año Base para Resto en una CA}}$$

➡ Índice General sin estaciones de Servicio en una Comunidad Autónoma:

$$I_{General}^{CA} = I_{Alimentacion}^{CA} \times Pond_{Alimentación/General}^{CA} + I_{Resto}^{CA} \times Pond_{Resto/General}^{CA}$$

➡ Índice General del comercio minorista (incluye las estaciones de servicio) en una Comunidad Autónoma:

$$I_{Gral\ com.\ min.}^{CA} = I_{Gral\ sin\ ES}^{CA} \times Pond_{Gral\ sin\ ES / Gral\ com.\ min.}^{CA} + I_{Estac.\ Serv.}^{CA} \times Pond_{ES / Gral\ com.\ min.}^{CA}$$



Índice General sin Estaciones de servicio Nacional:

$$I_{Gral\ sin\ ES}^{Nal} = \sum_{CA} I_{Gral\ sin\ ES}^{CA}$$



Índice General del comercio minorista Nacional:

$$I_{Gral\ com.\ min.}^{Nal} = \sum_{CA} I_{Gral\ com.\ min.}^{CA}$$

Índices agregados por actividad

Suma de clase y grupo: $47.11+47.2$

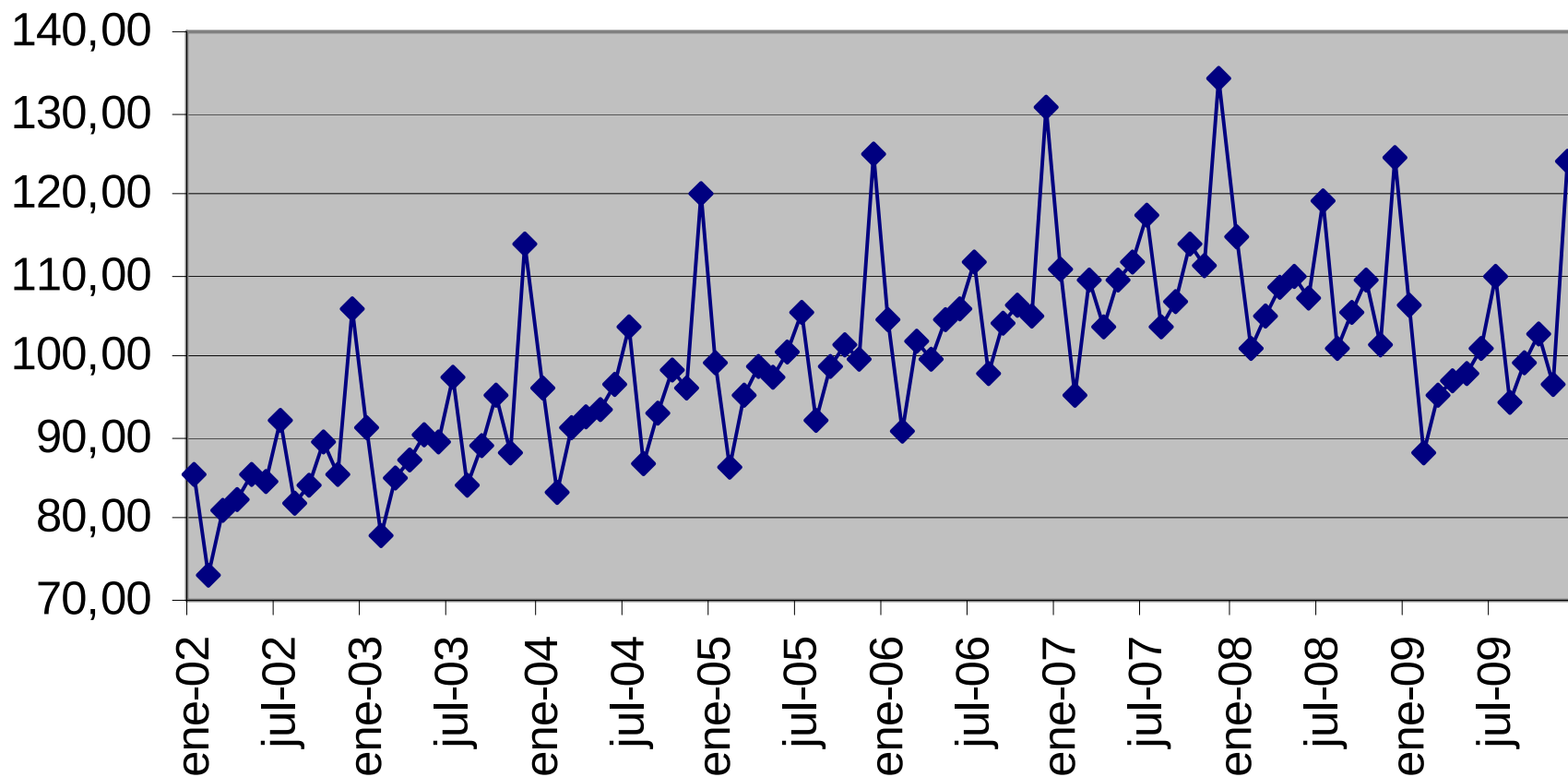
Suma de grupos y clase:

$47.19+47.4+47.5+47.6+47.7+47.8+47.9$

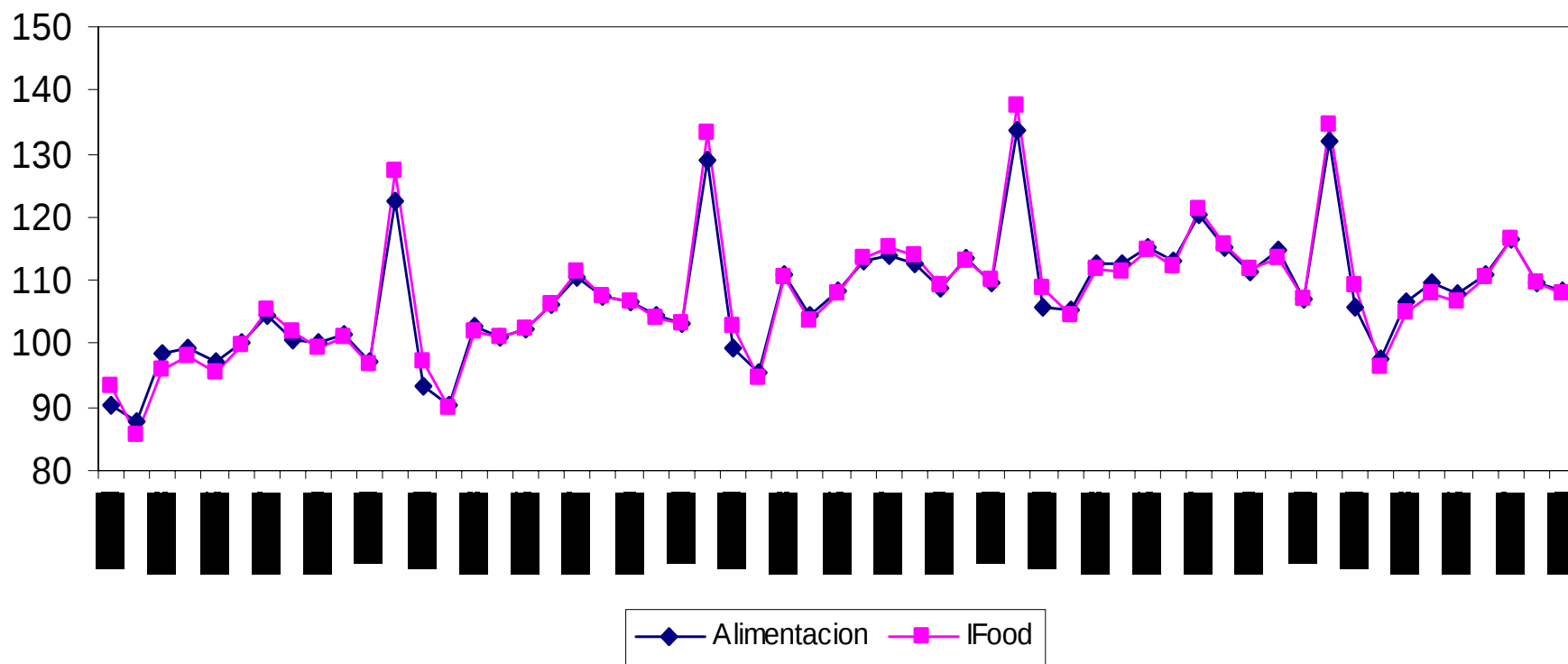
División 47

División 47 sin 47.3

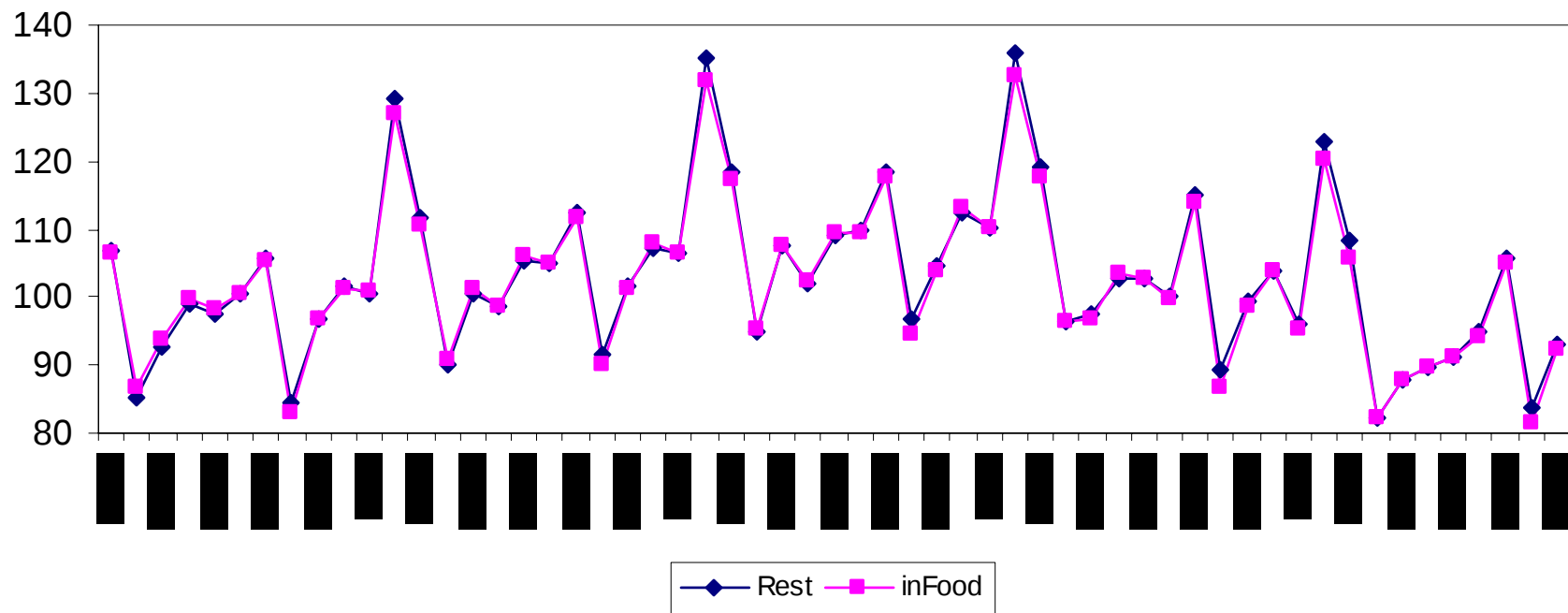
Índice General del Comercio Minorista



Evolución Alimentación - IFood



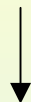
Evolución Resto - InFood



Índices según modos de distribución

Anteriormente nuestros estudios se resumían en:

COMERCIO



GRANDES
SUPERFICIES

En una de las reuniones del Grupo de Trabajo con las comunidades autónomas, se solicitó estudiar a las empresas que no son Gran Superficie y sin embargo tienen un importante impacto, son las denominadas:

GRANDES CADENAS

Grandes Superficies

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; incluye los escaparates, vitrinas, estanterías y pasillos de circulación dentro del establecimiento.

Grandes Cadenas

Objetivo: Determinar el grupo de empresas que haga posible la medición de la evolución de las ventas de este tipo de comercio, a partir del cual, se elaborará un índice que determine su peso en el mercado.

Necesitamos:

Buscar DEFINICIÓN

Determinar FORMULACIÓN

Obtener RESULTADOS

Para obtener una definición de Gran Cadena, partiremos de los siguientes criterios que determinen el tipo de empresas que compondrán este grupo y al que dirigir nuestros cálculos...

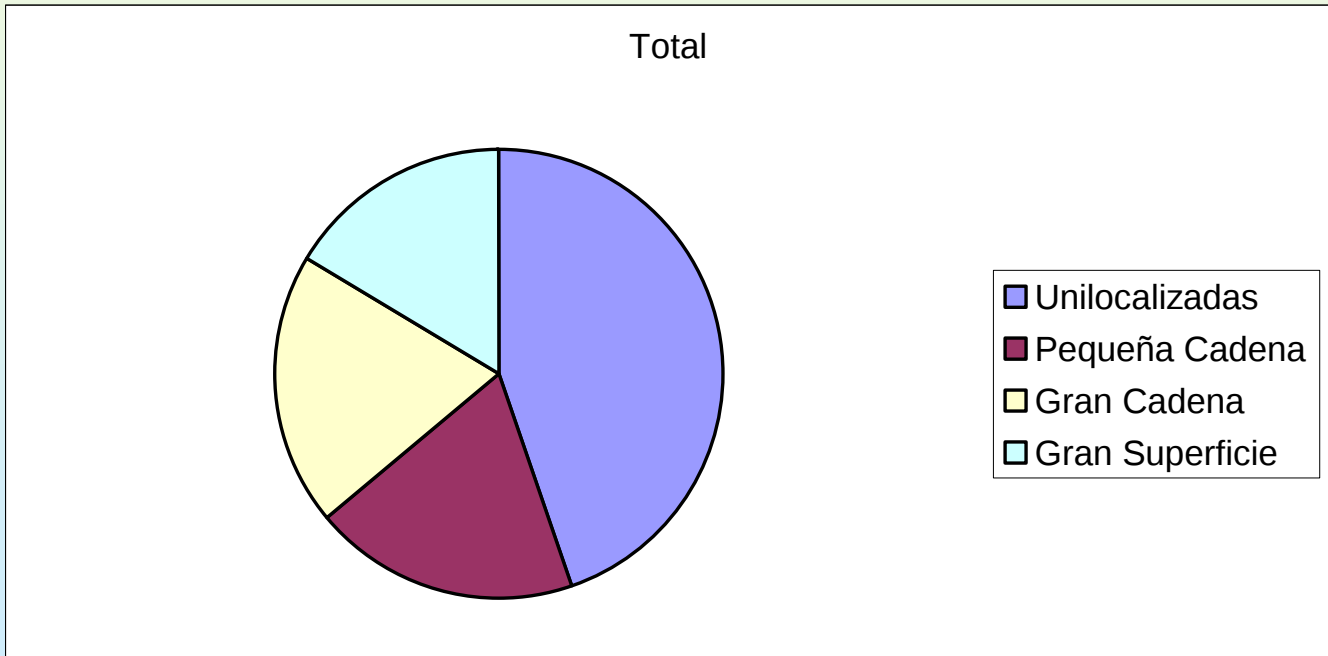
- ☐ Tamaño.
- ☐ Número de locales.
- ☐ Distribución autonómica.

Según DIRCE la clasificación de empresas por local y estrato es:

EMPRESAS ACTIVAS EN DIRCE-05 (REFERENCIA 01/01/2006)
 EN DIVISION 52 (EXCEPTO 527) SEGUN NUMERO DE LOCALES Y ESTRATO DE ASALARIADOS

NUMERO DE LOCALES	ESTRATO DE ASALARIADOS				
	TOTAL	2 Y MENOS	3 A 9	10 A 49	50 Y MAS
TOTAL	522.733	445.329	67.713	8.740	951
1	493.736	436.890	53.796	2.886	164
2	17.884	6.839	9.212	1.765	68
3	5.269	1.092	2.936	1.192	49
4	2.299	280	1.079	895	45
5	1.108	97	398	569	44
6 A 9	1.560	88	278	1.063	131
10 A 14	435	29	12	281	113
15 A 19	139	7	2	71	59
20 A 24	65	1	.	13	51
25 A 29	52	2	.	2	48
30 A 34	30	1	.	2	27
35 A 39	22	2	.	.	20
40 A 44	17	.	.	1	16
45 A 49	11	.	.	.	11
50 A 99	62	.	.	.	62
100 Y MAS	44	1	.	.	43

	Unilocalizadas	Pequeña Cadena	Gran Cadena	Gran Superficie	Total
Alimentacion	39,95	13,40	32,22	14,43	100,00
Resto	47,53	22,92	11,78	17,77	100,00
Total	44,66	19,32	19,51	16,51	100,00
Ocupacion	53,53	22,51	14,88	9,08	100,00



Definiciones

Grandes Cadenas: Aquellas empresas que cuentan con 25 locales o mas y pertenecen al estrato exhaustivo.

Pequeñas Cadenas: Aquellas empresas que tienen más de un local, excepto las que tienen 25 locales o más y pertenecen al estrato exhaustivo.

Empresas Unilocalizadas: Aquellas que realizan su actividad comercial a través de un único local.

La clasificación se realiza a partir de la variable LOCAL, de ahí la importancia que adquiere esta variable.

Con los índices así definidos más el índice de Grandes Superficies, podemos obtener el **Índice General**:

$$I_{General} = I_{GCade} + I_{PCade} + I_{Unil} + I_{GS}$$

Las Grandes Superficies deben de estar incluidas en cualquiera de los otros tres grupos.

Gran Superficie: sólo considera locales de más de 2500 metros cuadrados.

Gran Cadena, Pequeña Cadena y Empresas Unilocalizadas: tienen en cuenta el número total de locales de la empresa.

Mes de referencia Enero 2008, se comienzan a publicar 3 nuevos indicadores:

 **Grandes Cadenas**

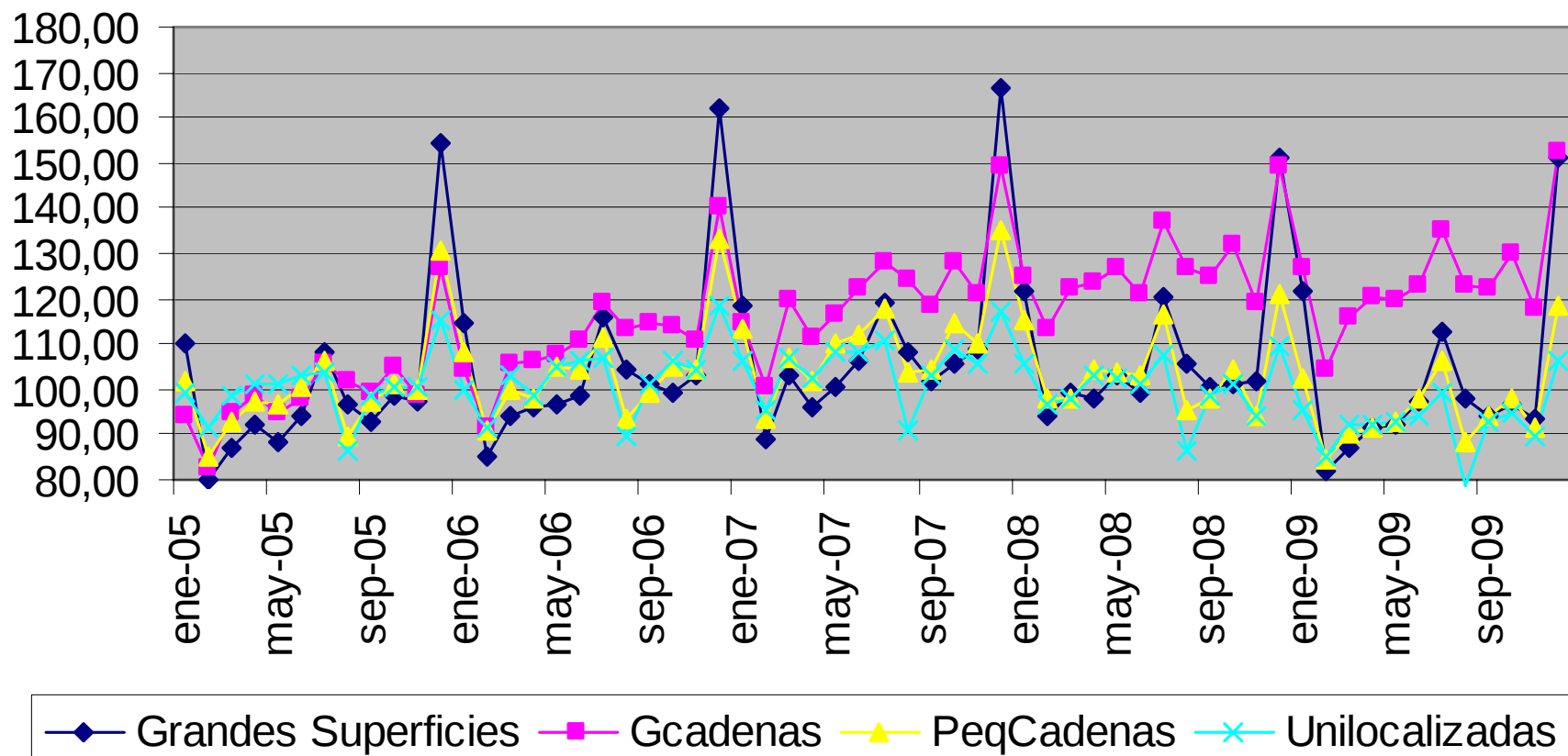
 **Pequeñas Cadenas**

 **Empresas Unilocalizadas**

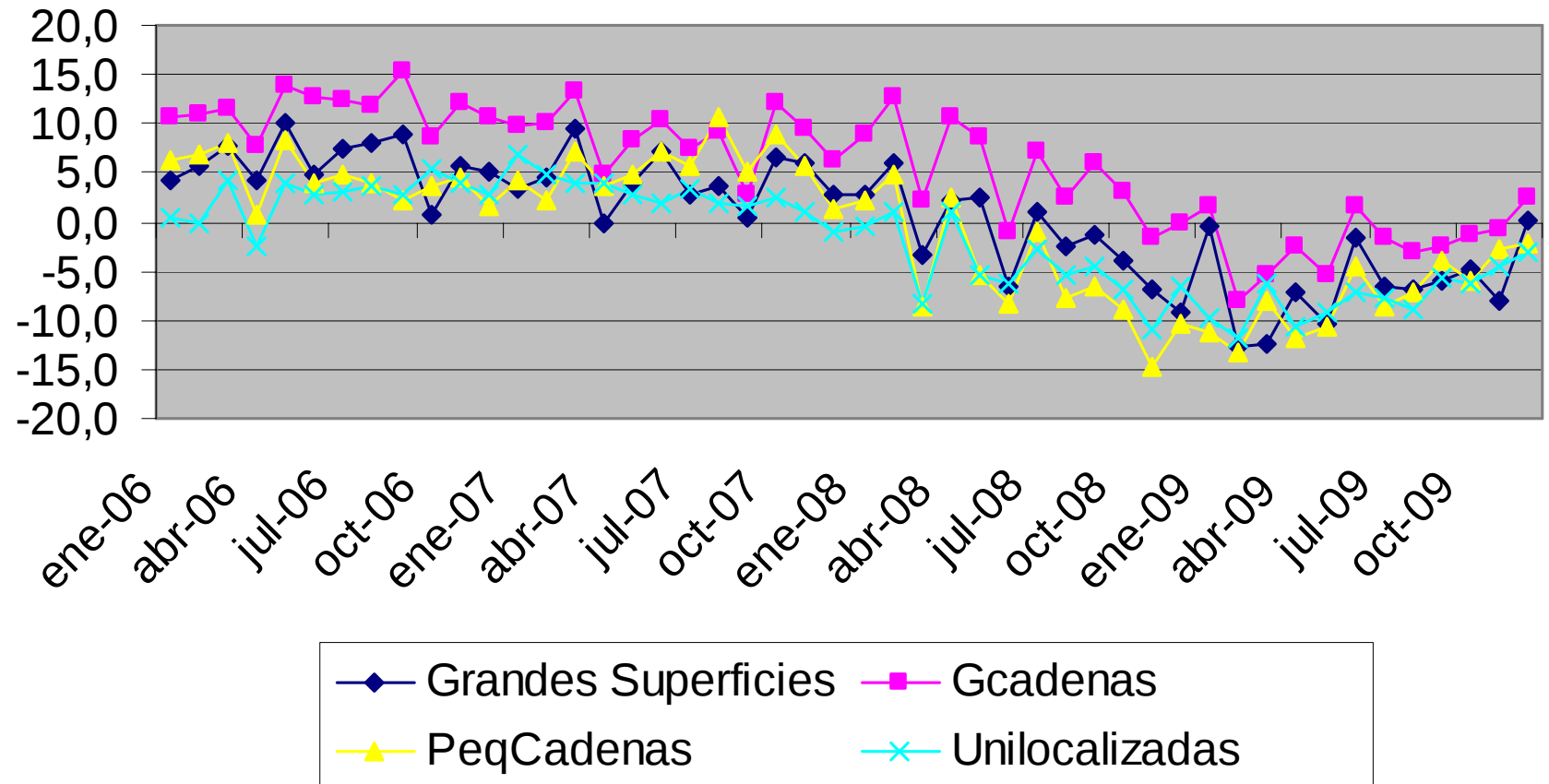
Metodología: La misma que la utilizada en el resto de indicadores del sector minorista.

Difusión: Se publican índices generales de cada grupo a precios corrientes y constantes. **Enero de 2006** es el primer mes disponible.

Evolución Modos de distribución



Tasas anuales



Rotación: Objetivos

Se realiza una rotación anual con el objeto de:

- ☐ Incorporar las **nuevas empresas** que aparezcan en el estrato **exhaustivo**.
- ☐ **Eliminar** las empresas que hayan sido **baja**.
- ☐ **Sustituir** las **empresas de pequeño tamaño** a las que la cumplimentación del cuestionario les exige un gran esfuerzo.

Rotación: Procedimiento

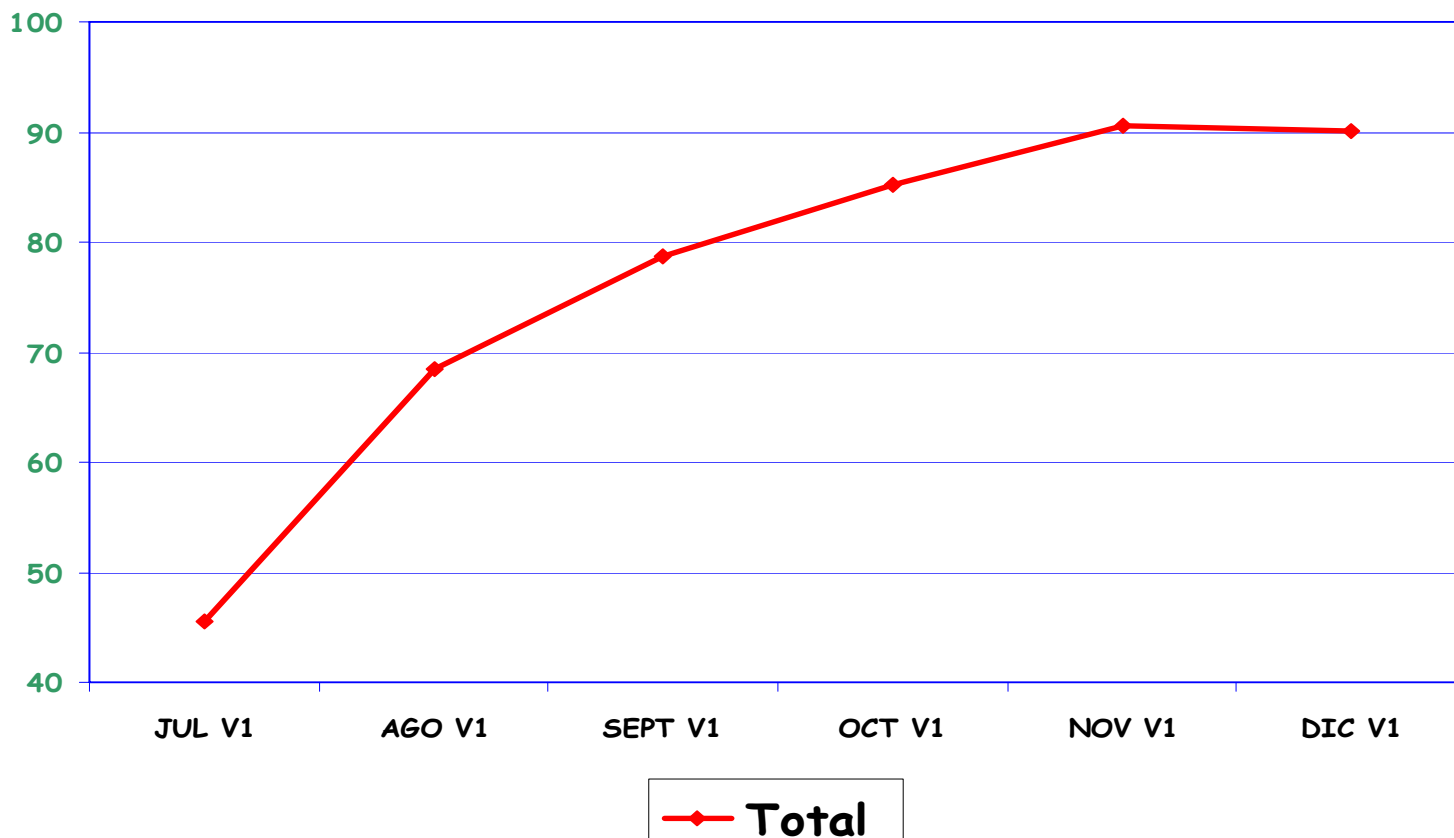
✖ **Muestra reserva** se extrae a mediados de año (incluyendo altas del tramo exhaustivo)

✖ Se recoge información desde julio:

❖ **depurar** dicha muestra

❖ obtener una **tasa de respuesta aceptable**

TASAS DE RESPUESTA RESERVA 2004



En diciembre **se determina qué empresas se eliminan** de la muestra del año anterior y qué empresas nuevas entran en el cálculo del índice.

❑ Criterios

A) Estrato exhaustivo: formarán parte del índice las empresas de la nueva población

B) Estrato muestral

- ✚ Eliminar de la muestra empresas con incidencias de baja.
- ✚ Se emparejan por **grupo, tamaño y ccaa** (las más próximas en nivel de facturación)
- ✚ Para evitar distorsiones en el índice "como norma general" se rota **como máximo el 25%** de cada estrato (grupo, tamaño y ccaa)

Rotación: Cálculo índice

En el cálculo del **índice de enero** con las nuevas empresas, la formulación utilizada será la misma:

$$I_j^v = I_{j-1}^v V_{j-1,j} \quad V_{j-1,j} = \frac{\sum_k F_{jk} w_k}{\sum_k F_{j-1,k} w_k}$$

donde el sumatorio engloba todas las **empresas nuevas** que forman parte del índice (con los datos para enero y en diciembre).

En el cálculo del **índice de diciembre** el conjunto de empresas será el **antiguo**.

Como el conjunto de empresas que se consideren, debe ser común en el numerador y en el denominador

En el momento que la muestra nueva entre en el cálculo del índice, hay que tener en cuenta que la formulación quedaría:

$$I_{\text{diciembre}}^{\text{CA}} = I_{\text{noviembre}}^{\text{CA}} \times \frac{\text{Datos diciembre muestra antigua}}{\text{Datos noviembre muestra antigua}}$$

$$I_{\text{enero}}^{\text{CA}} = I_{\text{diciembre}}^{\text{CA}} \times \frac{\text{Datos enero muestra nueva}}{\text{Datos diciembre muestra nueva}}$$

Deflactores utilizados.

Una vez calculados los índices a precios corrientes, debemos calcularlos a precios constantes.

Los deflactores se formarán a partir de los distintos Índices de Precios de Consumo, al tratarse de deflactores para un índice se formarán como cocientes que tendrán la siguiente estructura:

$$\frac{IPC \text{ mensual mes } xx}{IPC \text{ media anual } 2005}$$

Nuevos grupos especiales de IPC

Durante el año 2009 se ha trabajado en la elaboración de nuevos deflatores para que se adapten mejor a los índices de comercio al por menor:

-IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento

-IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes

-IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes

A nivel nacional:

- **General del comercio minorista:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento
- **General sin estaciones de servicio:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **Estaciones de Servicio:** IPC Subclase carburantes y lubricantes

A nivel nacional:

- **Alimentación:** IPC de Alimentos, bebidas y tabaco
- **Resto:** IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **Equipo Personal:** IPC de Vestido y Calzado
- **Equipo del Hogar:** IPC de Menaje
- **Otros Bienes:** IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes

Por Modos de distribución:

- **Empresas unilocalizadas:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **Pequeñas cadenas:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **Grandes cadenas:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **Grandes superficies:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes

Por Comunidad Autónoma:

- **General del comercio minorista:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento según CCAA
- **General sin estaciones de servicio:** IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes según CCAA

Por Actividades:

- 47.11: IPC Alimentos, bebidas y tabaco
- 47.19: IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- 47.2: IPC Alimentos, Bebidas y Tabaco
- 47.3: Subclase de Carburantes y Lubricantes
- 47.73+47.74+47.75: IPC medicamentos y otros productos farmacéuticos, material terapéutico y accesorios para el cuidado personal
- 47.51+47.71+47.72: IPC Vestido y calzado
- 47.43+47.52+47.54+47.59+47.63: IPC Menaje
- 47.91: IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes.

Por Actividades:

- $47.41+47.42+47.53+47.61+47.62+47.64+47.65+47.76+47.77 + 47.78$: IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- $47.11+47.2$: IPC Alimentos, bebidas y tabaco
- $47.19+47.4+47.5+47.6+47.7+47.8+47.9$: IPC general sin alimentos, bebidas y tabaco; ni servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes
- **División 47**: IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento
- **División 47 sin 47.3**: IPC general sin servicios ni alquileres; ni automóviles, otros vehículos, repuestos y accesorios para mantenimiento; ni carburantes y lubricantes

Cada índice se deflacta de forma independiente por el índice de precios correspondiente, de forma que los índices a precios constantes no son aditivos. Tanto a nivel nacional como en una Comunidad Autónoma:

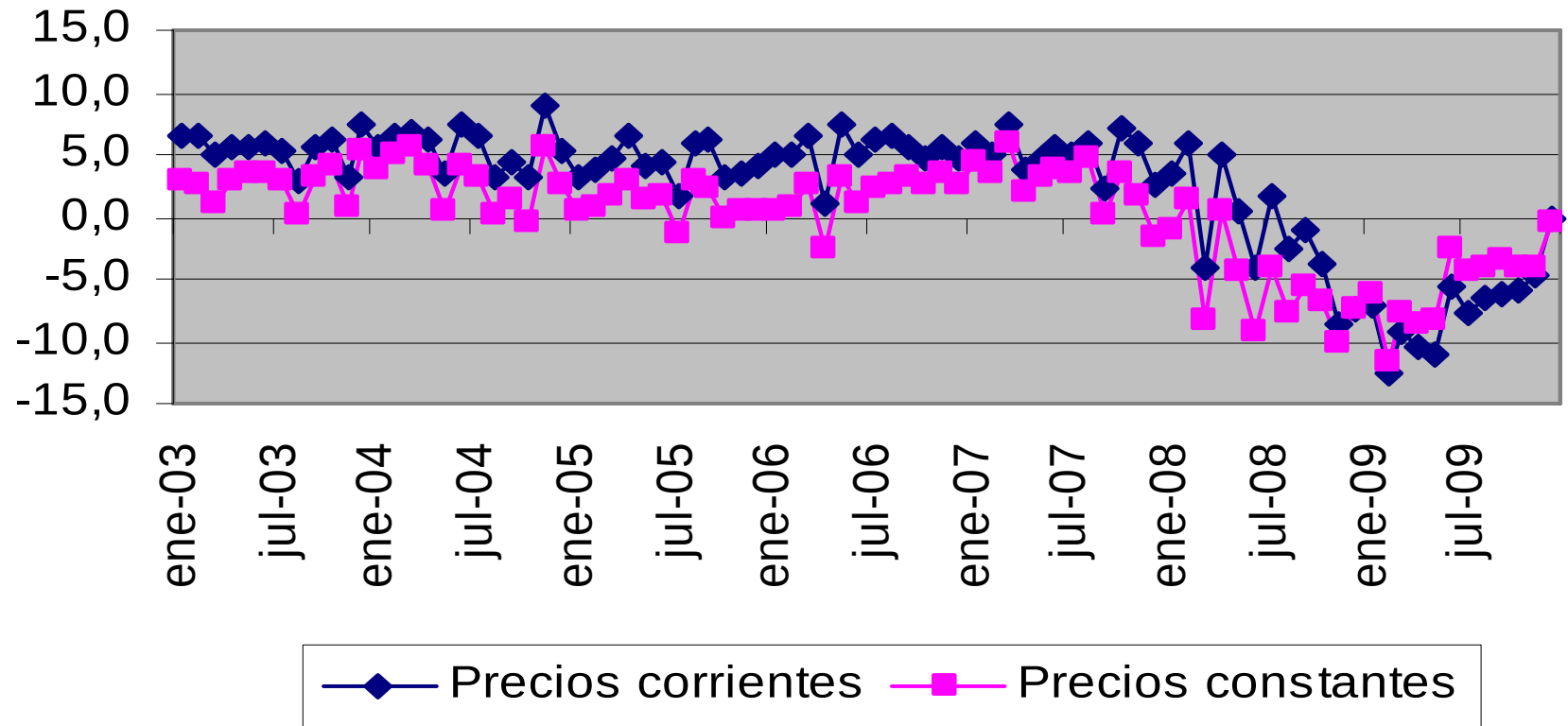
$$I_{\text{Alimentación}}^{\text{precios constantes}} + I_{\text{Resto}}^{\text{precios constantes}} \neq I_{\text{General}}^{\text{precios constantes}}$$

Para los índices de los diferentes productos y también para el general:

$$I_{\text{General nacional}}^{\text{precios constantes}} \neq \sum_{CA} I_{\text{General CCAA}}^{\text{precios constantes}}$$

Indice General del Comercio Minorista

Tasas de variación anual



INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO

¿Efecto Calendario?

- ☐ Tasa de variación interanual de ICM en el mes m es 10%.
- ☐ m en el año t tiene 26 días hábiles
- ☐ m en el año $t-1$ tiene 24 días hábiles

¿Es correcta esta variación?

- ☐ Reglamento 1165/98 exige los índices en términos netos, es decir eliminando, entre otros efectos, el del calendario.
- ☐ Objetivo: Índices completamente comparables.

INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO

Métodos

Métodos proporcionales

Solicitar información del número medio de días abiertos cada mes.

$$\Pi = \frac{\text{Ventas diarias}_{m,t}}{\text{Ventas diarias}_{m,t-1}} - 1 = \frac{\frac{V_{m,t}}{DH_{m,t}}}{\frac{V_{m,t-1}}{DH_{m,t-1}}} - 1$$

Datos en el mes de referencia

	<u>Total de la empresa</u>	<u>Con superficie de venta $\geq 2500 \text{ m}^2$</u>
A.1. Número de locales dedicados a la venta _____	_____	_____

	<u>Número de días</u>
A.2. Número de días abiertos _____	_____

(Nota: si tiene locales que abren diferente número de días, indique el número medio de días)

B. Ingresos por ventas al por menor (IVA incluido) (anótense en € sin decimales)

1. Alimentación, bebidas y tabaco _____

2. Telas, vestido y calzado. Equipo personal _____

3. Equipamiento del hogar _____

4. Salud _____

5. Ocio _____

6. Otros bienes _____

TOTAL (1+2+3+4+5+6) _____

Del total de ingresos señale: (Indique los porcentajes con dos decimales)

a) Porcentaje de ventas realizadas en locales con superficie de venta $\geq 2500 \text{ m}^2$ _____ %

b) Porcentaje de ventas realizadas por Internet _____ %

La venta por Internet implica pactar la transacción automáticamente a través de la Red, independientemente de que el pago o el reparto del producto se realice mediante otra vía. Los pedidos realizados por e-mail deben quedar excluidos.

C. Empleo (referido al último día del mes)

	Total de la empresa	En locales de $\geq 2500 \text{ m}^2$
1. Personal remunerado		
2. Personal no remunerado		

D. Desglose por comunidades autónomas

	Nº de locales dedicados a la venta	m ² de superficie de venta de todos sus locales	Personal total el último día del mes	Del total de ingresos del punto B del cuestionario, indique el % que corresponde a cada comunidad autónoma	Nº medio de días abiertos en el mes de referencia
Andalucía					
Aragón					
Asturias (Ppdo. de)					
Balears (Illes)					
Canarias					
Cantabria					
Castilla y León					
Castilla-La Mancha					
Cataluña					
Com. Valenciana					
Extremadura					
Galicia					
Madrid (Com. de)					
Murcia (Región de)					
Navarra (Com. Foral de)					
País Vasco					
Rioja (La)					
Ceuta					
Melilla					
Total				100%	

INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO

Métodos

Análisis de Series Temporales

Programas Tramo y Seats

Acceso directo a:

<http://www.bde.es/servicio/software/econom.htm>

INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO

Métodos

Análisis de Series Temporales: Programas Tramo y Seats para la utilización de modelos de regresión.

El número mínimo de datos: 36 si los datos son mensuales

Problema de trabajar con series cortas → inestabilidad del modelo:

- modelo ARIMA
- valor de los coeficientes de los distintos regresores

Consecuencias:

- Ajuste General de Comercio Minorista, General sin EESS
- Ajuste General Grandes Superficies, Estaciones de Servicio
- Todos los de EUROSTAT

No se han ajustado los índices regionales

INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO

Los índices de comercio al por menor se ven afectados por una serie de **factores de calendario** que son:

- ✗ El efecto de los días hábiles.
- ✗ El efecto de la Semana Santa.
- ✗ El efecto del año bisiesto.

INDICES CORREGIDOS DE EFECTO CALENDARIO: TRAMO-SEATS

Pasos:

1: Modelizar y estimar un modelo ARIMA para la serie del ICM

$$V_t$$

2: Estimar el modelo:

$$V_t = \hat{\beta}_1 TD_t + \hat{\beta}_2 SS_t + \hat{\beta}_3 ab_t + av_t$$

3: El Índice corregido de efectos calendario es:

$$av_t = V_t - \hat{\beta}_1 TD_t - \hat{\beta}_2 SS_t - \hat{\beta}_3 ab_t$$

ELABORACION DE REGRESORES

a) El efecto de los días hábiles. TRAMO-SEATS:

Diferencia

✓ L,M,X,J,V

✓ S,D

Estructura de la variable Trading-Day:

$(n^{\circ} L, M, X, J, V) - 5/2 * (n^{\circ} S, D)$

ELABORACION DE REGRESORES

A) Efecto días hábiles adaptado a ICM. Variable TD

Variable de intervención basada en las características propias del comercio al por menor en España.

¿Cómo se ha construido?

1. Estructura que usa el programa TS en su serie de Trading Day
2. Número de días hábiles y días inhábiles
 - A partir de los calendarios laborales publicados en el Boletín Oficial del Estado
 - Festivos de cada Comunidad Autónoma ponderados por los pesos que cada Autonomía tiene en el índice.

ELABORACION DE REGRESORES

Variable de intervención TD mensual se basa en los calendarios laborales publicados en BOE desde el año 95 hasta el momento actual.

Se han determinado:

- El **número de días inhábiles** considerando:
 - Festivos nacionales
 - Festivos de Comunidad Autónoma. Estos últimos se ponderan por el peso que cada CCAA tiene en el ICM.
 - No incluye Semana Santa.
- El **número de días hábiles**, se consideran días hábiles todos los domingos del mes de diciembre.

ELABORACION DE REGRESORES

Número de días inhábiles nacionales.

Ejemplo año 2003

		Nº FESTIVOS NACIONALES (EXCEPTO DOMINGOS)	Nº DOMINGOS INHÁBILES
2003	Nº DIAS		
ENERO	31	2	4
FEBRERO	28	0	4
MARZO	31	0	5
ABRIL	30	0	4
MAYO	31	1	4
JUNIO	30	0	5
JULIO	31	0	4
AGOSTO	31	1	5
SEPTIEMBRE	30	0	4
OCTUBRE	31	0	4
NOVIEMBRE	30	1	5
DICIEMBRE	31	3	0

Festivos en las ccaa

Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS																		
ANDALU	ARAGON	ASTURI	BALEAR	CANARI	CANTAB	C.MANCA	C.LEON	CATALU	C.VALE	EXTREM	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARR	P. VASCO	LA RIOJA	CEUTA	MELILL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM

ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180655514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Festivos por Comunidades Autonomas

enero 2003	0
febrero 2003	0,16451313
marzo 2003	0,414400932
abril 2003	0,060853879
mayo 2003	0,312577926
junio 2003	0,367232994
julio 2003	0,177125167
agosto 2003	0
septiembre 2003	0,232732022
octubre 2003	0,340586618
noviembre 2003	0
diciembre 2003	0,211259825

Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS

ANDALU	ARAGO	ASTURI	BALEAR	CANARI	CANTAB	C.MANC	C.LEON	CATALU	C.VALE	EXTREM	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARR	P. VASC	LA RIOJ	CEUTA	MELILL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM

ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180655514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Festivos por Comunidades Autonomas

enero 2003	0
febrero 2003	0,16451313
marzo 2003	0,414400932
abril 2003	0,060853879
mayo 2003	0,312577926
junio 2003	0,367232994
julio 2003	0,177125167
agosto 2003	0
septiembre 2003	0,232732022
octubre 2003	0,340586618
noviembre 2003	0
diciembre 2003	0,211259825

Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS

ANDALU	ARAGO	ASTURI	BALEAR	CANARI	CANTAB	C.MANC	C.LEON	CATALU	C.VALE	EXTREM	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARR	P. VASC	LA RIOJ	CEUTA	MELILL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM

ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180655514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Festivos por Comunidades Autonomas

enero 2003	0
febrero 2003	0,16451313
marzo 2003	0,414400932
abril 2003	0,060853879
mayo 2003	0,312577926
junio 2003	0,367232994
julio 2003	0,177125167
agosto 2003	0
septiembre 2003	0,232732022
octubre 2003	0,340586618
noviembre 2003	0
diciembre 2003	0,211259825

Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS

ANDALU	ARAGO	ASTURI	BALEAR	CANARI	CANTAB	C.MANC	C.LEON	CATALU	C.VALE	EXTREM	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARR	P. VASC	LA RIOJ	CEUTA	MELILL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM

ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180055514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Festivos por Comunidades Autonomas

enero 2003	0
febrero 2003	0,16451313
marzo 2003	0,414400932
abril 2003	0,060853879
mayo 2003	0,312577926
junio 2003	0,367232994
julio 2003	0,177125167
agosto 2003	0
septiembre 2003	0,232732022
octubre 2003	0,340586618
noviembre 2003	0
diciembre 2003	0,211259825

ELABORACION DE REGRESORES

Total de días inhábiles cada mes del año 2003

	Festivos Nacionales	Domingos	Festivos CCAA	Total días inhábiles
enero 2003	2	4	0	6,00
febrero 2003	0	4	0,16451313	4,16
marzo 2003	0	5	0,414400932	5,41
abril 2003	0	4	0,060853879	4,06
mayo 2003	1	4	0,312577926	5,31
junio 2003	0	5	0,367232994	5,37
julio 2003	0	4	0,177125167	4,18
agosto 2003	1	5	0	6,00
septiembre 2003	0	4	0,232732022	4,23
octubre 2003	0	4	0,340586618	4,34
noviembre 2003	1	5	0	6,00
diciembre 2003	3	0	0,211259825	3,21

ELABORACION DE REGRESORES

El número de días hábiles cada mes del año 2003:
número total de días en el mes - número de días inhábiles.

	TOTAL MES	INHABILES	HABILES
ene-03	31,00	6,00	25
feb	28,00	4,16	23,83549
mar	31,00	5,41	25,5856
abr	30,00	4,06	25,93915
may	31,00	5,31	25,68742
jun	30,00	5,37	24,63277
jul	31,00	4,18	26,82287
agost	31,00	6,00	25
sept	30,00	4,23	25,76727
oct	31,00	4,34	26,65941
nov	30,00	6,00	24
dic	31,00	3,21	27,78874

ELABORACION DE REGRESORES

Estructura de la variable Trading-Day

- TRAMO-SEATS:

$$(n^{\circ} L, M, X, J, V) - 5/2 * (n^{\circ} S, D)$$

- En nuestro caso:

1. (n° días hábiles)- proporción * (n° días inhábiles)

2. Proporción:

- Variable cada mes
- Calcular una media = 5.59 (periodo 6 años).

ELABORACION DE REGRESORES

Valor de la variable TD cada mes del Año 2003

$$(n^{\circ} \text{ hábiles}) - 5.59 * (n^{\circ} \text{ inhábiles})$$

	HABILES	INHABILES	HAB-5,59*INHAB
enero 2003	25	6,00	-8,54
febrero 2003	23,83548687	4,16	0,56
marzo 2003	25,58559907	5,41	-4,68
abril 2003	25,93914612	4,06	3,24
mayo 2003	25,68742207	5,31	-4,01
junio 2003	24,63276701	5,37	-5,37
julio 2003	26,82287483	4,18	3,47
agosto 2003	25	6,00	-8,54
septiembre 2003	25,76726798	4,23	2,11
octubre 2003	26,65941338	4,34	2,40
noviembre 2003	24	6,00	-9,54
diciembre 2003	27,78874018	3,21	9,84

ELABORACION DE REGRESORES

B) Efecto Semana Santa.

• **TRAMO SEATS:** La variable toma:

- 1 mes con Semana Santa (marzo o abril)
- 0 resto de meses.

• **Caso particular ICM:**

En los casos en los que la Semana Santa queda partida entre los meses de marzo y abril, la serie presentará el valor proporcional a los días festivos contenidos en cada mes.

Se ha tenido en cuenta que las diferentes comunidades celebran:

- Jueves Santo
- Lunes de Pascua
- Ambos

Se ponderan estos días según el peso que CCAA tiene en el Índice de Comercio al Por Menor.

ELABORACION DE REGRESORES

Ejemplo variable Semana Santa año 2002.

J,V,S,D (28,29,30,31 de marzo)

Lunes de Pascua (1 de abril)

- Comunidades que celebran toda la Semana Santa en **marzo**:
 - 1 en marzo
 - 0 en el resto de meses.
- Comunidades que celebran la Semana Santa en marzo y abril, tienen **festivo el lunes de pascua pero no el jueves**:
 - 0,75 en marzo, 0,25 en abril y 0 en el resto de los meses.
- Comunidades que celebran la Semana Santa en marzo y abril y tienen **festivos Lunes de Pascua y Jueves Santo**:
 - 0,80 en marzo, 0,20 en abril y 0 en el resto de los meses.
- Estos valores se multiplican en cada CCAA por el peso que tiene cada una en el Indice de Comercio al Por Menor.

	Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS																		
2002	ANDA	ARAG	ASTU	BALE	CANA	CANT	C.MAN	C.LEON	CATA	C.VALE	EXTR	GALIC	MADR	MURC	NAVA	P. VAS	LA RIO	CEUT	MELIL
ENERO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FEBRERO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MARZO	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00	1,00	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00
ABRIL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,20	0,20	0,20	0,00	0,00
MAYO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
JUNIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
JULIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AGOSTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEPTIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OCTUBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
NOVIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DICIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM	
ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180655514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Variable	
Año 2003	Semana Santa
enero	0
febrero	0
marzo	0,9148
abril	0,0852
mayo	0
junio	0
julio	0
agosto	0
septiembre	0
octubre	0
noviembre	0
diciembre	0

	Nº FESTIVOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS																		
2002	ANDA	ARAG	ASTU	BALE	CANA	CANT	C.MAN	C.LEON	CATA	C.VALE	EXTRI	GALIC	MADR	MURC	NAVA	P. VAS	LA RIO	CEUT	MELIL
ENERO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FEBRERO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MARZO	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00	1,00	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00
ABRIL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,20	0,20	0,20	0,00	0,00
MAYO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
JUNIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
JULIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AGOSTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEPTIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OCTUBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
NOVIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DICIEMBRE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

PESO DE CADA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL ICM	
ANDALUCIA	0,16451313
ARAGON	0,031609177
ASTURIAS	0,022968915
BALEARES	0,030604311
CANARIAS	0,047800017
CANTABRIA	0,013121801
C.MANCHA	0,049343034
C.LEON	0,029244702
CATALUÑA	0,180655514
C.VALENCIANA	0,104098191
EXTREMADURA	0,014535677
GALICIA	0,052127758
MADRID	0,163307117
MURCIA	0,023270363
NAVARRA	0,012340557
P. VASCO	0,051735033
LA RIOJA	0,005863175
CEUTA	0,001450115
MELILLA	0,001411412

Variable	
Año 2003	Semana Santa
enero	0
febrero	0
marzo	0,9148
abril	0,0852
mayo	0
junio	0
julio	0
agosto	0
septiembre	0
octubre	0
noviembre	0
diciembre	0

ELABORACION DE REGRESORES

ANDALUCIA	ARAGON	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	C.MANCHA	C.LEON	CATALUÑA	C.VALENCIA	EXTREMADURA	GALICIA	MADRID	MURCIA	NAVARRA	P. VASCO	LA RIOJA	CEUTA	MELILLA	TOTAL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0,16451	0,03161	0,02297	0,0306	0,0478	0,01312	0,04934	0,02924	0,13549	0,07807	0,01454	0,05213	0,16331	0,02327	0,00987	0,04139	0,00469	0,00145	0,00141	0,91482
0	0	0	0	0	0	0	0	0,04516	0,02602	0	0	0	0	0,00247	0,01035	0,00117	0	0	0,08518
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Variable	
Año 2003	Semana Santa
enero	0
febrero	0
marzo	0,9148
abril	0,0852
mayo	0
junio	0
julio	0
agosto	0
septiembre	0
octubre	0
noviembre	0
diciembre	0

ELABORACION DE REGRESORES

C) Efecto Año Bisiesto

La variable de intervención que modeliza el efecto que el año bisiesto tiene sobre el comercio es una serie formada por 0 y 1:

- ☀ 0 en todos los meses
- ☀ 1 en los febreros que tienen 29 días.

RESULTADOS

Las series que se van a publicar ajustadas por días hábiles tanto a precios constantes como corrientes son:

- Índice General de Comercio Minorista
- Índice General sin estaciones de servicio
- Índice General de Grandes Superficies
- Índice de estaciones de servicio

Al igual que hacen la mayoría de los países en el seno de EUROSTAT, las series primero se deflactan y posteriormente se corrigen por el efecto calendario de manera independiente.

Reestimación del modelo

Problema: Nuevo dato → coeficientes ligeras variaciones.

Diferentes opciones:

- + Reestimar el modelo y regresores todos los meses.
- + Reestimar modelo y regresores una vez al año.
- + Reestimar modelo en cada cambio de base y regresores una vez al año.
- + No modificar modelo ni regresores.

Nosotros hemos optado por la tercera opción, para conseguir cierta estabilidad en los índices ajustados por días hábiles.

Índice General del Comercio Minorista

Tasas de variación anual

