**ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

**ÍNDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR**

**MANUAL DE CAPACITACIÓN**

**BOLIVIA 2014**

**PRESENTACIÓN**

El Instituto Nacional de Estadística, órgano ejecutivo y técnico del Sistema Nacional de Información Estadística (SNIE), es una entidad descentralizada con autonomía administrativa y de gestión, dependiente del Ministerio de Planificación del Desarrollo que tiene por responsabilidad la dirección, planificación, ejecución, control y coordinación de las actividades estadísticas del Sistema, normado por el Decreto Supremo 14100.

Para este año la Dirección General Ejecutiva del INE se ha propuesto realizar, la ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS A LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS, MANUFACTURADOS Y IMPORTADOS, investigación estadística que tiene la finalidad de recopilar información detallada de los productos que comercializan estos sectores, para la elaboración del Índice de precios al por mayor (IPM).

Para el desarrollo de esta investigación se ha elaborado el presente documento metodológico básico que tiene la finalidad de presentar los objetivos, base legal, definiciones que servirán de guía y consulta para el personal que participará en la ejecución de la encuesta.

**ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

**ÍNDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR**

**ÍNDICE DE CONTENIDO**

[Introducción 5](#_Toc275850327)

[Antecedentes 5](#_Toc275850328)

[Objetivo General 5](#_Toc275850329)

[Objetivos Específicos 5](#_Toc275850330)

[Base Legal 5](#_Toc275850331)

[Suministro de datos 5](#_Toc275850332)

[De la confidencialidad de los datos estadísticos 6](#_Toc275850333)

[Cobertura Geográfica 6](#_Toc275850334)

[Unidad de investigación 6](#_Toc275850335)

[Variables Básicas 7](#_Toc275850336)

[**INSTRUCCIONES PARA LLENAR** 8](#_Toc275850337)

[**LA BOLETA DE LA ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS** 8](#_Toc275850338)

[1. Razón Social 8](#_Toc275850339)

[2. Nombre Comercial 8](#_Toc275850340)

[3. REGINE 9](#_Toc275850341)

[4. Departamento 9](#_Toc275850342)

[5. Nombre del Informante 9](#_Toc275850343)

[6. NIT 10](#_Toc275850344)

[7. Situación 10](#_Toc275850345)

[8. Dirección 11](#_Toc275850346)

[10. Número 11](#_Toc275850347)

[11. Edificio 12](#_Toc275850348)

[12. Piso 12](#_Toc275850349)

[13. Oficina 12](#_Toc275850350)

[14. Zona 13](#_Toc275850351)

[15. Entre Calles 13](#_Toc275850352)

[16. Teléfonos 13](#_Toc275850353)

[17. Fax 13](#_Toc275850354)

[18. Casilla 14](#_Toc275850355)

[19. Correo Electrónico 14](#_Toc275850356)

[20. Página Web 14](#_Toc275850357)

[II. ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO 15](#_Toc275850358)

[Nombre Genérico del Producto 15](#_Toc275850359)

[Especificación adicional 16](#_Toc275850360)

[Material 17](#_Toc275850361)

[Tamaño 17](#_Toc275850362)

[Marca 18](#_Toc275850363)

[Modelo 18](#_Toc275850364)

[Calidad 19](#_Toc275850365)

[Código del Producto 19](#_Toc275850366)

[Unidad de Comercialización 20](#_Toc275850367)

[Tipo de envase 20](#_Toc275850368)

[Grado, Concentración 21](#_Toc275850369)

[Precio al por Mayor 21](#_Toc275850370)

[Precio Básico 21](#_Toc275850371)

[Precio de Importación 21](#_Toc275850372)

[IMPORTANTE 21](#_Toc275850373)

[Origen 22](#_Toc275850374)

[Porcentaje de ventas 22](#_Toc275850375)

[Situación del Producto en el Mercado 23](#_Toc275850376)

[Código CPC o NANDINA 23](#_Toc275850377)

[III PRECIOS 23](#_Toc275850378)

[GUIA DEL OPERADOR DE CAMPO 24](#_Toc275850379)

[1. IMPORTANCIA DEL OPERADOR DE CAMPO 24](#_Toc275850380)

[3. NORMAS DE CONDUCTA 25](#_Toc275850381)

[4. ACTIVIDADES Y FUNCIONES 25](#_Toc275850382)

**INSTRUCCIONES PARA LLENAR**

**ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

# LA BOLETA DE LA ENCUESTA DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTOS

El llenado de la boleta de encuesta, se realizará con información proporcionada por las comercializadoras manufactureras e importadoras seleccionadas para la investigación.

**I. IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA**

1. Razón Social.- Registrar el nombre de la comercializadora, de acuerdo a su testimonio de constitución; es decir, el nombre con el que la comercializadora ha sido inscrita en alguna Institución Pública, como el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), Gobierno Municipal. Ej. FRIGORÍFICO DEL ORIENTE S.A., MANUFACTURA BOLIVIANA DE CALZADO LTDA, DOLZ CASTILLO SANTIAGO, SOCIEDAD COMERCIAL AGROPECUARIA TUSEQUIS LTDA., ETC



2. Nombre Comercial**.-** Registrar el nombre con el cual se hace conocer comercialmente la comercializadora, y que en la mayoría de los casos difiere de la Razón Social. Ej. FRIDOSA S.A., MANACO LTDA., VINOS Y SINGANIS SANTA ANA, STEGE LTDA.



Para mayor claridad en este concepto, se adjunta tres artículos citados al respecto, en el Código de Comercio vigente.

Art. 470.- (DERECHO AL NOMBRE COMERCIAL).

Adquiere el derecho al uso del nombre comercial, la persona que primero lo inscriba en los Registros correspondientes. (Art. 186, 474, 1269, 1209 Código de Comercio).El derecho al uso del nombre comercial comprende, además, el nombre del comerciante individual o la razón social o denominación adoptada legalmente por una sociedad, siempre y cuando se cumplan por el adquirente con los requisitos establecidos por este Código para la transmisión de una comercializadora mercantil.

Art. 471.- (FORMACION)

El nombre comercial se forma libremente; sin embargo, no puede incluir el de otro comerciante que no sea titular de la comercializadora, ni puede usarse nombre que pueda inducir a confusión por su semejanza con el de otra comercializadora del mismo ramo o actividad.

Art. 472.- (USO Y TRANSMISION)

El titular de un nombre comercial tiene derecho al uso exclusivo del mismo, en el campo de su propia actividad, y transmitirlo conforme a ley.

3. REGINE**.-** Corresponde al código que el Directorio Central de Empresas de Bolivia (DIRCEMBOL) asigna a cada una de las comercializadoras, debe dejarse en blanco.



4. Departamento**.-** Asignar el código del departamento, según el siguiente detalle:



|  |  |
| --- | --- |
| DEPARTAMENTO | CÓDIGO |
| Chuquisaca | 1 |
| La Paz | 2 |
| Cochabamba | 3 |
| Oruro | 4 |
| Potosí | 5 |
| Tarija | 6 |
| Santa Cruz | 7 |
| Beni | 8 |
| Pando | 9 |

5. Nombre del Informante.- Anotar los Nombres y Apellidos de la persona que proporciona la información.

****

6. NIT.- Anotar el Número de Identificación Tributaria de la comercializadora, asignada por la fuente fiscal el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), el mismo que individualiza a todos los contribuyentes alcanzados por los impuestos, cuya recaudación, fiscalización y cobro está a cargo de esta institución (vigente desde el 2006).

****

7. Situación**:** Código que hace referencia al resultado del operativo de campo de la encuesta, que debe ser llenado por el Operador de Campo de acuerdo a la siguiente relación:



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| SITUACIÓN | CÓDIGO | DESCRIPCION |
| Con información completa | 1 | Proporciona la información. |
| Con información incompleta | 2 | Proporciona información parcial |
| Cerrada | 3 | La comercializadora ya no existe |
| Rechazo | 4 | No quiere proporcionar información |
| Sin movimiento | 5 | En el periodo de observación no hubo producción ni ventas |
| Cambio de actividad | 6 | La comercializadora se dedica a otra actividad diferente a la comercializadora |
| Fusionada | 7 | 2 o mas comercializadoras se fusionan para producir el mismo bien. |
| No ubicada | 8 | La dirección de la comercializadora no corresponde o no se la pudo ubicar según la dirección |

8. Dirección**.-** Es la información sobre la ubicación física de la comercializadora, describe el tipo de vía: Avenida, Calle, Carretera, Pasaje, Plaza. Así como el nombre de la Vía. Anotar por ejemplo: C. Lanza, Av. Cristóbal de Mendoza, Av. 6 de Octubre, Pza. Murillo, Pje. Los Condes, etc.



En la casilla “**9**” identificar el código correspondiente de tipo de vía de acuerdo al siguiente clasificador:

CLASIFICACION DE TIPO DE VÍA

|  |  |
| --- | --- |
| CODIGO | DESCRIPCIÓN |
| 1 | Avenida |
| 2 | Calle |
| 3 | Carretera |
| 4 | Pasaje |
| 5 | Plaza |

##### **10. Número**.- Anotar el número de puerta de la oficina principal de la comercializadora.



11. Edificio**.-** En caso de que la oficina principal de la comercializadora se encuentre en un edificio, registrar el nombre completo del edificio.



12. Piso**.-** Si la oficina principal de la comercializadora se encuentra en un edificio, registrar el número de piso



13. Oficina**.-** Registrar el número de oficina.



14. Zona.- Escribir el nombre completo de la zona donde se halla ubicada la oficina principal de la comercializadora, en forma clara y sin abreviaciones.



15. Entre Calles**.-** Se debe registrar los nombres de las calles colindantes a la dirección de la oficina principal de la comercializadora como referencia, para facilitar su ubicación.

****

16. Teléfonos**.-** Registrar los números telefónicos de la oficina principal de la comercializadora.



17. Fax**.-** Es el número de fax de la comercializadora.

****

18. Casilla**.-** Escribir el número de casilla de correo de la comercializadora.



19. Correo Electrónico**.-** Registrar la dirección de correo electrónico de la comercializadora.



20. Página Web**.-** Es un documento electrónico que contiene información específica de la comercializadora, es el sitio electrónico de la comercializadora. Registrar la dirección de la página Web de la comercializadora en forma precisa.



# II. ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Nombre Genérico del Producto**.-** Se refiere al nombre general con el que se conoce una línea de producto, por ejemplo: Salchichas y embutidos, Pan, Calzado, Pantalón, etc. Al interior de la línea de productos existen los productos que se detallan a continuación:

* Salchichas, chorizo, mortadela son productos que pertenecen a la línea de producto “Salchichas y Embutidos”,
* Pan de batalla, Pan especial son productos que pertenecen a la línea de producto “Pan”
* Calzado para hombre, Calzado para mujer, Calzado para niño, son productos que pertenecen a la línea de producto “Calzado”
* Pantalón para hombre, Pantalón para mujer, Pantalón para niño, son productos que pertenecen a la línea de producto “Pantalón”

A continuación se debe anotar en orden de importancia la información completa del producto más representativo de la “línea de producto” a la cual representa y a continuación detallar hasta 3 productos sustitutos (Testigo).

A los efectos del índice de precios que se quiere elaborar, un producto será considerado testigo si las variaciones porcentuales (o relativas) de su precio son similares a la de los productos del grupo o línea que representa, independientemente que los precios nominales (o monetarios) sean o no de igual magnitud. Por ejemplo, la comercializadora a investigar está dedicada a la producción de Jamones y Salchichas, la línea de producción más representativa en ventas es la de Salchichas y se producen los siguientes productos específicos o variedades: *Salchicha Viena con piel, salchicha Viena sin piel, salchicha Frankfurt y salchicha ahumada*, cada una de estas tiene un precio distinto, entonces es lógico pensar que ante cualquier variación en el precio de los insumos (carne de res, carne de cerdo, condimentos, etc.) la variación de precios de los productos finales será similar. Los productos testigo en este caso particular serán la salchicha Viena sin piel, la salchicha Frankfurt y la salchicha ahumada.



En nuestro ejemplo anotaremos en la casilla de Nombre genérico del producto: **Salchichas y Embutidos”**

Especificación adicional**.-** Anotar en mayor detalle la descripción del producto genérico, por ejemplo si deseamos detallar los productos mencionados anteriormente:

* Pan de batalla corriente,
* Calzado para mujer,
* Pantalón para hombre tipo vaquero. y
* Salchicha Viena sin piel a granel



Material**.-** Describir el material o dos insumos principales con los que se fabrica el producto, en los ejemplos se anotará:

* Harina de trigo,
* Cuero y goma
* Mezclilla, y
* Carne de res y cerdo



Tamaño**.-** Anotar el tamaño, peso o número de unidades que presenta el producto

* Pan: 60 gramos
* Calzado; Número 36
* Pantalón: Talla 44
* Salchicha: NN



Marca**.-** Anotar la marca del producto:

* Pan: La Francesa
* Calzado: Manaco
* Pantalón: Wrangler
* Salchicha: STEGE



Modelo**.-** Escribir el modelo del producto que estamos describiendo, en caso de no existir, anotar NN:

* Pan: NN
* Calzado: Mocasín
* Pantalón: Clásico
* Salchicha: NN



Calidad**.-** Se refiere a la calidad del producto, de primera, de segunda, si no existe o el producto no presenta lo señalado anteriormente, se anotará NN



Código del Producto**.-** Anotar el código que identifica al producto que se describe. En caso de no presentarse el código, escribir NN

* Pan: NN
* Calzado: 6029
* Pantalón: W44cl
* Salchicha: VSP\_ST-01



Unidad de Comercialización**.-** Se refiere a la unidad de venta al por mayor del producto que se describe:

* Pan: 200 Unidades
* Calzado: 100 pares
* Pantalón 10 Docenas
* Salchicha: 20 Kilos



Tipo de envase**.-** Registrar si la unidad de comercialización presenta un envase al momento de realizarse la venta.

* Pan: Bolsa de papel corrugado
* Calzado: En bolsa nylon
* Pantalón: Caja de cartón
* Salchicha: Sin envase



Grado, Concentración**.-** Referido al material con el que se elabora el producto

* Pan: 100 % Harina de trigo
* Calzado: 100% Cuero vacuno
* Pantalón: 90% Algodón y 10% Polyester
* Salchicha: 90% Carne de res y 10% carne de cerdo



Precio al por Mayor**.-** El valor del bien de aquella operación comercial de alta importancia relativa en cuanto a su “**volumen**”, que se lleva a cabo entre los productores o mayoristas por una parte, y los distribuidores o intermediarios por la otra, sin la intervención del consumidor final.

Precio a relevar**.-** Es el monto a cobrar por el productor del comprador por una unidad de bien producido como producto, incluidos los impuestos de Ley. No incluye los gastos de transporte facturados por separado por el productor.

El precio debe corresponder al día 15 de cada mes o cercano a él, también puede ser el promedio del mes.

IMPORTANTE**.-** A efectos de la presente investigación, el precio debe corresponder necesariamente a la **“Unidad de comercialización”** especificada claramente en la boleta de encuesta.

En el caso de los Índices de precios al por mayor (IPM) que representan la evolución mensual de los precios de transacción, deben estar expresados en moneda nacional, los precios medidos son los precios de venta en fábrica.

El precio para un período dado puede estar representado por el precio ya sea de un día determinado del mes (de preferencia hacia la mitad del mes) o por el promedio de los precios al interior del período.

Origen.- Anotar la procedencia del producto por ejemplo:

* Pan: Nacional
* Calzado: Nacional
* Pantalón: U.S.A.
* Salchicha: Nacional



Porcentaje de ventas**.-** Registrar el porcentaje de ventas que representa el producto especificado al interior de la línea de productos.



Situación del Producto en el Mercado**.-** Referida a la situación de abastecimiento del producto en el mercado Debe anotarse los siguientes códigos:

|  |  |
| --- | --- |
| CODIGO | DESCRIPCIÓN |
| 10 | Abastecimiento normal |
| 20 | Escaso |
| 30 | Abundante |



Código CPC o NANDINA**.-** Es el códigoque identifica al producto en la Clasificación Central de Productos (CPC) para la comercializadora manufacturera o la Nomenclatura Arancelaria de Productos de la Comunidad Andina (NANDINA), se dejará en blanco.

# III PRECIOS

Uno de los objetivos específicos de la Encuesta de especificación de productos es construir una Base de Datos de precios al por mayor que nos permita calcular el año base del Índice de Precios al por Mayor (IPM), en este sentido ***el precio de mayorista, es el precio en el canal de comercialización mayorista que incluye el precio del productor más los costos de la actividad comercial* (Gastos de transporte, margen comercial del mayorista y otros gastos generales)**.