

Índices de comercio al por menor (ICM). Base 1994

Nota metodológica

El objetivo principal de los Índices de comercio al por menor (ICM). Base 1994 es conocer las características fundamentales de las empresas dedicadas al ejercicio del comercio al por menor en España, que permitan medir a corto plazo, la evolución de la actividad en el sector.

Como base del índice se toma la media mensual del volumen de ventas en el año 1994 y la media trimestral de los asalariados en el mismo año.

La población objeto de estudio está constituida por las empresas cuya actividad principal sea el comercio al por menor (división 52 de la CNAE-93) quedando excluidas las actividades de comercio minorista realizadas en unidades móviles o sin instalación permanente, el de productos farmacéuticos y artículos médicos, el de objetos de segunda mano, el realizado en el interior de viviendas familiares sin identificación desde el exterior y el de vehículos de motor, motocicletas, ciclomotores y carburantes.

Para la recogida de información se solicitan mensualmente, las ventas al por menor realizadas por la empresa diferenciando cuatro grupos de productos: alimentación, equipamiento de la persona, equipamiento del hogar y otros bienes de consumo y, trimestralmente, el personal asalariado.

Definiciones

Facturación bruta

Es el total facturado por la empresa durante el mes considerado en concepto de productos vendidos en el ejercicio de su actividad, incluyendo todos los impuestos y tasas que gravan los bienes.

Actividad principal

Es aquella por la cual la empresa obtiene el mayor valor añadido o la que tiene mayor volumen de facturación o la que ocupa mayor número de personas.

Personal asalariado

Es el formado por el número total de personas que trabajan en la empresa en una fecha determinada contribuyendo a la producción de bienes y servicios y reciben unas cantidades fijas o periódicas.

Comercio especializado

Empresas con un solo tipo de productos con facturación superior al 50% o que comercializan menos de 5 tipos de productos.

Comercio no especializado

Empresas que venden más de 5 tipos de productos, ninguno de ellos con facturación superior al 50%.

Grandes superficies

Establecimientos que tienen una superficie de venta superior a 2.500 metros cuadrados.