

1. Se identificaron los agentes vendedores y compradores que conformarán los dominios de estudio de la ECMCT: Productores de bienes manufacturados de origen nacional; importadores de bienes manufacturados, comerciantes mayoristas; comerciantes minoristas.

El estudio se realizará a una muestra de líneas de productos manufacturados (53) de origen nacional, clasificados según la CPC-BCU (4 dígitos), que se comercializan en el mercado interno y cuyo margen de comercialización absoluto representa más del 93% del total de la oferta a precios comprador, según el Cuadro de Oferta y Utilización (COU) del año 2005 para bienes de origen nacional.

Mediante procedimiento análogo se seleccionó las líneas de producto (51) manufacturados de origen importado cuyo margen de comercialización en el mercado interno, según el Cuadro de Oferta y Utilización (COU) del año 2005, representan más del 93% de total de la oferta a precios comprador para bienes de origen importado.

Para facilitar el análisis de los canales de comercialización y las diferentes formas de transacción que realiza cada uno de los agentes, se desagregaron los productos CPC-BCU 4 dígitos en productos más homogéneos (CPC 7 dígitos).

2. El marco utilizado para la selección de la **muestra de empresas productoras de bienes de origen nacional** (387) empresas, 220 líneas CPC) fue la Encuesta Anual de Actividades Económicas 2012 (EAAE 2012), específicamente el capítulo correspondiente a la hoja de productos (CPC 7 dígitos), habiéndose seleccionado un estrato forzoso constituido por las empresas que representan el 80% o más del total de ventas (expandido) de cada producto (CCP-BCU) seleccionado. La cobertura de la muestra original es del 73% de las ventas de las mercancías que van al comercio, y el 68% de las ventas totales de la manufactura.

Se ajustará el diseño de la muestra en nueve (9) CPC-BCU, los cuales están bien representados en lo que respecta a las ventas de los productores, pero tienen una cobertura inferior al 60% del comercio interno, por lo que se incluirán algunas empresas cuyas ventas están destinadas fundamentalmente al consumo interno.

3. La selección de la **muestra de importadores** se realiza con base en los registros de importaciones del año 2015, según código NCM, los cuales tienen

correspondencia con el Sistema Armonizado (SA) y con la clasificación de productos de Uruguay (CPC-BCU 4 dígitos).

Dentro de cada producto, se seleccionaron las empresas importadoras que según la EAAE tienen como actividad principal el comercio al por mayor o al por menor de bienes, y dentro de ellas se seleccionó un estrato de inclusión forzosa, atendiendo los siguientes criterios de selección: (i) selección de un reducido número de empresas que concentran el 70% o más del valor de las importaciones del CPC-BCU, (ii) Si las importaciones no están concentradas en pocas empresas, se seleccionan las 10 primeras empresas cuyo valor de importación representa el 1% , o más del total, (iii) Una vez realizada la selección, según los procedimientos antes descritos, se complementa la muestra de productos, con empresas no seleccionadas para el producto, pero sí para otros CPC-BCU; así como aquellas que no aplicaron para los criterios descritos, pero cuyas importaciones están diversificadas en más de cinco productos investigados.

La muestra de importadores quedó conformada por (224) empresas representativas de (51) productos CPC-BCU y (338) líneas de productos (CPC 7 dígitos).

4. El procedimiento establecido para la selección de la **muestra de comerciantes mayoristas y minoristas**, consiste en identificar a través de los productores e importadores cuáles son las cuatro (4) principales empresas comerciantes a las cuales les vende cada uno de los productos (CPC) investigados. Con esta información se conformará un registro de empresas por código CCP, indicando la frecuencia y los productos para los cuales fue calificada entre los principales distribuidores. Igual procedimiento se seguirá al realizar la encuesta a comerciantes mayoristas, a quienes se les solicitará la identificación de los cuatro principales comerciantes minoristas a quienes les vende.

El registro de empresas conformado en la primera etapa de investigación se contrastará con el marco muestral de la EAAE, a los fines de verificar la clase de actividad de las mismas, además de complementar la selección de productos (CCP 7 dígitos) con información proveniente de la EAAE, y se incluirán las otras empresas no consideradas que representen más del 70% del valor de ventas de su clase de actividad comercial.

5. Para el control de la cobertura de la información levantada en campo, se recomienda elaborar una matriz por producto (CPC-BCU) con sus correspondientes canales de venta, y los códigos de las empresas que conforman la muestra, y hacer seguimiento continuo de la efectividad del

trabajo de campo, determinando en cuáles productos no se ha cubierto la cuota mínima de informantes requerida.

El procedimiento establecido para la desagregación de las ventas y las compras de los comerciantes mayoristas y minoristas es análogo al señalado para los productores, pero debido a la heterogeneidad de los productos que comercializan los almacenes no especializados, el investigador debe disponer de la lista de líneas asociadas a la clase comercial de la empresa, y dar prioridad a aquellas líneas que según la matriz de control de cobertura requieren de información adicional para cubrir la cuota mínima de 5 informantes; adicionalmente, se incluyen las líneas que la empresa selecciona por orden de importancia (%) dentro del total de las ventas de la empresa. Se investigará un máximo de 15 líneas de producto por empresa.

6. El estudio se realizará mediante encuesta directa a 1500 empresas representativas de los diferentes agentes vendedores y compradores de bienes. El esquema previsto para el levantamiento de la encuesta es el siguiente: entrevista presencial a 500 empresas (33% de la muestra) y levantamiento de la ECMCT a través de formato electrónico por internet a 1000 empresas (67% de la muestra); los informantes encargados de suministrar la información por internet recibirán orientación a través de instrucciones sencillas en la fase de llenado del formulario, además de apoyo telefónico por parte de los encuestadores del INE.

La ECMCT solicitará información sobre las principales líneas de productos (CCP 7 dígitos) que producen, o comercializan las empresas que forman parte del estudio, los correspondientes canales de comercialización (coeficientes de ventas y de compras), coeficientes de márgenes (estimado por el vendedor y declarado por el comprador) que recargan los comerciantes mayoristas y minoristas (sobre precio de reposición); así como la modalidad de fletes y coeficientes de fletes sobre ventas y compras.

En el caso de líneas de productos genéricas (CPC 7 dígitos), cuyas ventas estén englobadas en un único código amplio, se identifican uno o más productos específicos líderes que sean representativos del genérico y se registra la información correspondiente a dichos específicos en representación de la (s) línea (s) investigada (s).

(Informe enviado por el equipo del BCU)