



GOBIERNO
DE COLOMBIA



DANE
INFORMACIÓN ESTRATÉGICA

DIRECCIÓN DE METODOLOGÍA Y PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA

**Resumen Metodológico
Precios de Venta al Público de Licores, Vinos,
Aperitivos y Similares
PVPLVA**

OCTUBRE 31 DE 2018

NOMBRE DE OPERACIÓN ESTADÍSTICA: Precio de Venta al Público de licores, vinos, aperitivos y similares por unidad de 750 cc sin incluir el impuesto al consumo o la participación (PVPLVA)

ANTECEDENTES: El DANE tiene como objetivos garantizar la producción, disponibilidad y calidad de la información estadística estratégica, así como dirigir, planear, ejecutar, coordinar, regular y evaluar la producción y difusión de información oficial básica. Así mismo, el DANE coordina el Sistema Estadístico Nacional (SEN) mediante políticas, normas, instrumentos y estándares que permitan la producción de la información estadística estratégica con calidad, oportunidad, comparabilidad, pertinencia y de forma armonizada.

En ese mismo sentido, los esfuerzos del DANE se concentran en orientar sus actuaciones estadísticas y administrativas con base en tres principios orientadores:

1. Rigor estadístico en consistencia con sus capacidades institucionales
2. Información con calidad y pertinencia para la toma de decisiones por parte de ciudadanos, empresas y gobiernos
3. Priorización del enfoque territorial para promover líneas de base para el desarrollo sostenible y de cierre de brechas territoriales del país

En este contexto, y en debido cumplimiento de la ley 1816 de diciembre de 2016 “*Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones*”; el DANE implementará la operación estadística denominada Precio de Venta al Público de licores, vinos, aperitivos y similares por unidad de 750 cc sin incluir el impuesto al consumo o la participación, con el fin de dar cumplimiento explícito, y en consistencia con sus capacidades estadísticas, a lo ordenado por el **artículo 19** de la citada ley, que modifica el artículo 49 de la Ley 788 de 2002, así:

“El impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares está conformado por un componente específico y uno ad valorem. La base gravable del componente específico es el volumen de alcohol que contenga el producto, expresado en grados alcoholimétricos. La base gravable del componente ad valorem es el precio de venta al público por unidad de 750 cc, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, certificado anualmente por el DANE, garantizando la individualidad de cada producto.

*(...) **Parágrafo 2°.** Para efectos de la certificación de que trata el presente artículo, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE **se encuentra facultado para desarrollar directa o indirectamente a través de terceros, todas las gestiones indispensables para determinar anualmente el precio de venta al público** de los productos sujetos al impuesto de consumo. Esta certificación deberá expedirse antes del 10 de enero de cada año.*

El DANE deberá certificar la base gravable para cada uno de los productos específicos sujetos al impuesto al consumo o participación.

Las personas naturales o jurídicas, de cualquier orden o naturaleza, domiciliadas o residentes en el territorio nacional, están obligadas a suministrar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, los datos solicitados para efectos de determinar el precio de venta al público de los productos sujetos al impuesto al consumo. Las personas naturales o

jurídicas que incumplan u obstaculicen los requerimientos de información del DANE estarán sujetas a las sanciones y multas señaladas en el artículo 6 de la Ley 79 de 1993.” (Resaltado fuera de texto original).

GLOSARIO DE TÉRMINOS USADOS:

Precio de venta al público: para efectos de la aplicación de la presente metodología, el DANE utilizará como referencia normativa para los aspectos intrínsecos a este concepto, la definición establecida en el numeral 3 del artículo 5 de la Ley estatutaria 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y lo expresado en el artículo 26 de la misma norma.

Bebida alcohólica: según el Decreto 1686 de 2012 se define como: *“producto apto para consumo humano que contiene una concentración no inferior a 2.5 grados alcoholimétricos y no tiene indicaciones terapéuticas.”*¹

Licor: de acuerdo con el Decreto 1686 de 2012, se define como: *“la bebida alcohólica con una graduación superior a 15 grados alcoholimétricos a 20°C, que se obtiene por destilación de bebidas fermentadas o de mostos fermentados, alcohol vínico, holandas o por mezclas de alcohol rectificado neutro o aguardientes con sustancia de origen vegetal, o con extractos obtenidos con infusiones, percolaciones o maceraciones que le den distinción al producto, además, con adición de productos lácteos, de frutas, de vino o de vino aromatizado”.*

Vino: de acuerdo con el Decreto 1686 de 2012, se define como: *“el producto obtenido por la fermentación alcohólica normal del mosto de uvas frescas y sanas o del mosto concentrado de uvas sanas, sin adición de otras sustancias ni prácticas de otras manipulaciones técnicas diferentes a las especificadas en el presente reglamento técnico. Su graduación alcohólica mínima es de 6 grados alcoholimétricos”.*

Aperitivo: de acuerdo con el Decreto 1686 de 2012, se define como: *“bebida alcohólica con una graduación de 2.5 a 15 grados alcoholimétricos a 20°C, estimulante del apetito que se obtiene por mezcla de destilados, fermentados, infusiones, maceraciones y digestiones de sustancias vegetales permitidas en sus extractos o esencias con vinos, vino de frutas, alcohol etílico rectificado neutro, alcohol extra neutro, alcohol vínico o mistela, a la que se adiciona o no productos alimenticios orgánicos y otros aditivos permitidos. Adicionalmente se puede obtener de una base de destilados (Brandy, Ron y Whisky, entre otros), cuyo contenido de congéneres debe ser como mínimo el 75% en volumen del valor del destilado utilizado. Puede además contener principios amargos o aromáticos a los cuales también se les puede atribuir la propiedad de ser estimulantes del apetito. Estos productos deben denominarse como “aperitivo del respectivo destilado”. La bebida que sólo sufre un proceso de hidratación, se denominará “licor de del respectivo destilado utilizado” “o licor saborizado de la respectiva bebida del destilado utilizado”.*

Registro sanitario: según el decreto 1686 de 2012 se define como: *“es el acto administrativo expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para elaborar y vender; elaborar y exportar; elaborar; importar y vender; importar; hidratar y vender; y envasar y vender,*

¹ El DANE incluye en el alcance de la certificación la totalidad de bebidas sujetas al impuesto al consumo o la participación, es decir se incluyen las bebidas alcohólicas con concentración inferior a 2,5 grados alcoholimétricos.

bebidas alcohólicas que cumplan con las características de composición, requisitos físicos, químicos y microbiológicos y, que sean aptas para el consumo humano.”

Almacenes, supermercados de cadena, tiendas por departamento o hipermercados: según la Encuesta Nacional de Presupuesto de los Hogares (ENPH) desarrollada por el DANE, se entienden como grandes entes económicos minoristas que venden principalmente alimentos a manera de autoservicio, con alta velocidad de rotación, amplia variedad y surtido: gran variedad de alimentos, productos de limpieza, productos de cuidado personal, cosméticos, vestuario, electrodomésticos e incluso muebles.

(<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/condiciones-de-vida/DSO-ENPH-MET-001v1.pdf>)

Establecimiento especializado en la venta del artículo: según la Encuesta Nacional de Presupuesto de los Hogares (ENPH) desarrollada por el DANE, es un establecimiento que vende una sola línea de producto al por menor. Dentro de esta línea específica de productos hay un buen surtido.

(<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/condiciones-de-vida/DSO-ENPH-MET-001v1.pdf>)

Supermercados de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarías y delicatessen: según la Encuesta Nacional de Presupuesto de los Hogares (ENPH) desarrollada por el DANE, son establecimientos ubicados en el interior de los barrios, dedicados a ventas al por menor de productos diversos: víveres, verduras, frutas, productos de aseo, entre otros. Estos establecimientos cuentan o no con caja registradora y sus bienes se pueden adquirir por autoservicio o no, dependiendo del tamaño del establecimiento. No se incluyen aquí los supermercados de cadena.

(<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/condiciones-de-vida/DSO-ENPH-MET-001v1.pdf>)

Restaurantes: según la Encuesta Nacional de Presupuesto de los Hogares (ENPH) desarrollada por el DANE, se entiende por restaurantes, aquellos establecimientos cuyo objeto es el servicio de suministro de comidas y bebidas destinadas al consumo como desayuno, almuerzo o cena, y el de platos fríos y calientes para refrigerio rápido, sin tener en cuenta la hora en que se preste el servicio, independientemente de la denominación que se le dé al establecimiento.

(<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/condiciones-de-vida/DSO-ENPH-MET-001v1.pdf>)

Hoteles: de acuerdo con la Muestra Mensual de Hoteles realizada por el DANE se entiende por hoteles las empresas que prestan el servicio de suministro, a cambio de una retribución, de alojamiento u hospedaje no permanente en habitaciones, apartamentos o de instalaciones para acampar, tanto para el público en general como exclusivamente, para afiliados de una determinada organización, así como los servicios de restaurante, bar y demás servicios que se prestan en combinación con los del alojamiento (CIU). *“Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente, inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento,*

mediante contrato de hospedaje” (Artículo 78, Ley 300 del 26 de julio de 1996). (<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmh/Glosario.pdf>)

Bares: de acuerdo con Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU revisión 4) adaptada para Colombia, son los establecimientos que prestan el servicio de expendio de bebidas alcohólicas, fundamentalmente para el consumo dentro del establecimiento con o sin servicio a la mesa. (<http://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>)

CONTEXTO: Con la entrada en vigencia de la ley 1816 de 2016 se modificó el procedimiento para la liquidación del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, en donde el precio de venta al público certificado por el DANE es el elemento para el cálculo de la base gravable del componente *ad valórem* de dicho impuesto.

En cumplimiento de la citada ley, y amparado por el parágrafo 2 del artículo 19, según el cual “*el DANE se encuentra facultado para desarrollar directa o indirectamente a través de terceros, todas las gestiones indispensables para determinar anualmente el precio de venta al público de los productos sujetos al impuesto al consumo*”, el DANE ha desarrollado desde 2016 una metodología de cálculo para realizar esta certificación.

Se precisa que la certificación de que trata el artículo 19 de la ley 1816 es utilizada por los sujetos pasivos del impuesto al consumo para el diligenciamiento de la declaración del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares. (ver imagen 1).

Imagen 1

Formulario de declaración del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares de origen extranjero fondo cuenta

ANTES DE DILIGENCIAR ESTE FORMULARIO, LEA CUIDADOSAMENTE LAS INSTRUCCIONES, PARA EVITAR SANCIONES, DILIGENCIE CORRECTAMENTE EL FORMULARIO.

FND
Federación Nacional de Departamentos

DECLARACION DEL IMPUESTO AL CONSUMO DE LICORES, VINOS, APERITIVOS Y SIMILARES DE ORIGEN EXTRANJERO FONDO CUENTA
REF: FND.[F.C.].V17.1

REF. No. **XXXXX**

SNR Banco de Bogota Cta. Cte. No. 000-88490-8
Banco BBVA Cta. Cte. No. 493-008155
Banco AV Villas Cta. Cte. No. 059-00770-8
Banco Agrario Cta. Cte. No. 3-0070-0-00496-7

SECCION A TIPO DE DECLARACION

A.1. INICIAL <input type="checkbox"/>	A.2. CORRECCIÓN <input type="checkbox"/>	FECHA	VALOR IMPUESTO (R.51) \$
No. <input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	VALOR SANCIONES (R.52) \$

SECCION B. ORIGEN DE LOS PRODUCTOS

B1. INGRESO DE LOS PRODUCTOS AL PAIS Declaración de Importación N° <input style="width: 100%;" type="text"/>	FECHA <input style="width: 100%;" type="text"/>
---	--

SECCION C. INFORMACION GENERAL

C1. Apellidos y Nombres o razón social completa del Declarante. <input style="width: 100%;" type="text"/>	C2. N° de Identificación <input style="width: 100%;" type="text"/>
Nit <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/>	
C3. Dirección <input style="width: 100%;" type="text"/>	Municipio <input style="width: 100%;" type="text"/>
Departamento <input style="width: 100%;" type="text"/>	

SECCION D. LIQUIDACION

R	D1. Clase	D2. Código DANE	D3. Marca	D4. Unidad de Medida	D5. Base Gravable	D6. Tarifa Comp. Especifico	D7. Cantidad	D8. Componente Especifico	D9. Componente Ad Valorem	D10. Valor del Impuesto
1										
2										
3										
4										
5										

Fuente: Federación Nacional de Departamentos

Nota: la base gravable para la liquidación del impuesto al consumo para los licores, vinos, aperitivos y similares debe establecerse tanto para los productos de origen extranjero como los de origen nacional. Para efectos de este ejemplo, solo se presenta la declaración de productos de origen extranjero.

Para el DANE, la garantía de la individualidad de cada producto, mencionada en el artículo 19 de la ley 1816 de 2016, es reconocida por la asignación de un código DANE único por producto, que detalla la desagregación del Registro Sanitario INVIMA para aquellos productos amparados en un solo registro, y que se manifiesta a través de los siguientes atributos:

- a. Clasificación de la bebida alcohólica, que corresponde a alguna de las siguientes categorías de producto (13 en total): Aguardiente, aperitivos no vínicos, brandy, cachaza, coñac, cremas de licor, ginebra, pisco, ron, tequila, vodka, whisky y vinos/uvas frescas/ espumosos/ vermut/ champagne/ frutas/ sangría/ aperitivos vínicos y sake.
- b. Marca
- c. Grados de alcohol
- d. Presentación

- e. País de origen
- f. Años/añada
- g. Color cepa (Vinos)
- h. Variedad (Vinos)
- i. Categoría (Vinos)

Adicionalmente, el DANE reconoce que cada bebida alcohólica tiene un precio de venta al público diferente en función de los canales y departamentos de comercialización. Es así como, con el fin de garantizar el cumplimiento del principio de individualidad, se hace necesario reconocer explícitamente el efecto de los diferentes canales de comercialización de las bebidas gravadas con el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares en el precio de venta al público de cada uno de dichos productos. Para ello, el DANE se basará en la información que tiene disponible² y en aquella que obtenga haciendo uso de sus capacidades de recolección, de acuerdo con lo que se señala a continuación.

Tomando como referencia lo establecido en el artículo 26 de la Ley Estatutaria 1480 de 2011 sobre la información pública de precios, se infiere que el precio de venta al público es aquel que corresponde a lo que efectivamente debe pagar el consumidor. La misma norma indica en el numeral 3 del artículo 5 que el consumidor es: *“Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica (...)”*. Ahora bien, la información relacionada con los hábitos de consumo y sus respectivos precios se encuentra en la Encuesta Nacional de Presupuestos de los Hogares (ENPH 2016–2017). Por lo tanto, el DANE reconoce la ENPH como la operación estadística idónea para la determinación del precio de venta al público de que trata el artículo 19 de la Ley 1816 de 2016. Esta operación estadística tiene representatividad para las 32 ciudades capitales³.

Por su parte, la Federación Nacional de Departamentos (FND) cuenta con la información de las cantidades de bebidas alcohólicas comercializadas en cada departamento. La información en mención permite establecer un ponderador para cada departamento y clasificación de bebida alcohólica, que será usado para el cálculo del precio de venta al público nacional (ver anexo 2).

En este sentido, a partir del contexto metodológico de la ENPH se han identificado los lugares de compra de las bebidas alcohólicas dentro de los siguientes canales de comercialización:

1. Almacenes, supermercados de cadena, tiendas por departamento o hipermercados
2. Establecimientos especializados en la venta de bebidas alcohólicas
3. Supermercados de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarías y delicatessen
4. Restaurantes
5. Hoteles

² Es importante precisar que la estructura de la ENPH y la información de los licores, vinos, aperitivos y similares departamentalizados de la Federación Nacional de Departamentos, son los insumos disponibles con los que cuenta el DANE para el cálculo de los ponderadores para generar el precio de venta al público nacional.

³ Para efectos de la presente metodología, las estructuras de los departamentos se asimilan a las de sus ciudades capitales. Para el caso de Cundinamarca se asume la estructura de Bogotá.

6. Bares

Estos canales, para efectos de la metodología, se agrupan en los siguientes cuatro segmentos de comercialización según la ENPH:

1. Almacenes, supermercados de cadena, tiendas por departamento o hipermercados
2. Establecimientos especializados en la venta de bebidas alcohólicas
3. Supermercados de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarías y delicatessen
4. Restaurantes, hoteles y bares

OBJETIVO GENERAL: Determinar y, en consecuencia, certificar, mediante acto administrativo de carácter general, el precio de venta al público individualizado por producto, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, por unidad de 750 cc de los licores, vinos, aperitivos y similares.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Cumplir lo ordenado por el artículo 19 de la ley 1816 de diciembre de 2016.
- Garantizar la individualidad del precio de venta al público sin incluir el impuesto al consumo o la participación, por unidad de 750 cc de los licores, vinos, aperitivos y similares, a partir de la desagregación de los registros sanitarios expedidos por INVIMA identificados a través del código DANE.

ALCANCE TEMÁTICO: El DANE expedirá la certificación de precios de venta al público individualizado por producto, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, por unidad de 750 cc de los licores, vinos, aperitivos y similares que cuentan con registro sanitario INVIMA y cuya distribución, venta y consumo se efectúa en el territorio nacional.

De conformidad con el parágrafo 1º del artículo 20 de la ley 1816, el DANE no incluye dentro del alcance del operativo de recolección de información en establecimientos de comercio al departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

METODOLOGÍA DE CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LICORES, VINOS APERITIVOS Y SIMILARES:

El DANE, en cumplimiento de la ley 1816 de 2016, certificará el precio de venta al público individualizado por producto, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, por unidad de 750 cc de los licores, vinos, aperitivos y similares. Para este propósito, y amparado en el parágrafo 2 del artículo 19 de dicha ley, implementará el siguiente procedimiento:

1. Establecer las fuentes de información para cada uno de los seis canales de comercialización, de acuerdo con las definiciones de las operaciones estadísticas del DANE (ver glosario de términos):

- 1.1. **Almacenes, supermercados de cadena, tiendas por departamento o hipermercados.** Se realizará la recolección en todas las empresas definidas en la operación estadística Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas – GAHM. (ver ficha metodológica: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/alm_hiperm.pdf).

- 1.2. **Establecimientos especializados en la venta de bebidas alcohólicas.** Se realizará la recolección en todos los establecimientos de esta categoría visitados por el operativo de recolección del Índice de Precios al Consumidor – IPC en 31 ciudades capitales.
- 1.3. **Supermercados de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarías y delicatessen.** Se realizará la recolección en todos los establecimientos de esta categoría visitados por el operativo de recolección del Índice de Precios al Consumidor – IPC en 31 ciudades capitales.
- 1.4. **Restaurantes.** Se realizará la recolección en todas las empresas incluidas en la Encuesta Anual de Servicios 2017.
- 1.5. **Hoteles.** Se realizará la recolección en todas las empresas incluidas en la Muestra Mensual de Hoteles 2018 y en la Encuesta Anual de Servicios 2017.
- 1.6. **Bares.** Se realizará la recolección en los establecimientos seleccionados en 31 ciudades capitales por zonas de concentración, identificados a partir del directorio estadístico del DANE.

2. Recolectar la información en los siguientes términos:

- 2.1. **Recolección directa:** por medio de observación o entrevista directa se indaga por los precios de venta al público de los licores, vinos, aperitivos y similares. Este método de recolección de información se realizará para supermercados de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarías, delicatessen, establecimientos especializados y bares.
- 2.2. **Auto-diligenciamiento:** En virtud del parágrafo 2 del artículo 19 de la ley 1816, se oficiará a las fuentes seleccionadas para que mediante el formulario electrónico reporten los precios y cantidades vendidas de cada uno de sus productos de forma mensual durante el año en curso. Este método de recolección se aplicará para almacenes, supermercados de cadena, tiendas por departamento o hipermercados, restaurantes y hoteles.

El operativo de recolección de información permite tener la siguiente información:

$$X_{nmjz}$$

En donde X_{nmjz} es el precio observado del producto n , que pertenece a una categoría de la clasificación de bebidas alcohólicas m , comercializado en el departamento j y en el segmento de comercialización z . Por lo tanto, se tiene que los subíndices pueden tomar los siguientes valores:

- $n = [1, 2, 3, \dots]$ indica el producto para el cual se calculará el precio de venta al público
- $m = [1, 2, 3, \dots, 13]$ indica la categoría a la que pertenece n , de las clasificaciones de las bebidas alcohólicas que fueron mencionadas en el numeral a) de la sección de contexto de este documento
- $j = [1, 2, 3, \dots, 31]$ indica el departamento en donde es comercializado el producto n
- $z = [1, 2, 3, 4]$ indica el segmento de comercialización del producto n . Este segmento corresponde a alguno de los mencionados en la sección de contexto y que resultan de la ENPH

En caso de no contar con cotizaciones de un producto en ninguno de los segmentos, previa solicitud del importador o productor, el DANE realizará un ejercicio de imputación del precio de venta al

público de acuerdo con lo establecido en la presente metodología, teniendo en cuenta el conjunto de atributos a) al i) relacionados en la sección relativa al CONTEXTO del presente documento, junto con el canal de comercialización. Este procedimiento se menciona en el numeral 5.

En caso de no contar con cotizaciones para alguno(s) de los segmentos de comercialización, el cálculo del precio de venta al público reconocerá la ausencia de estos canales reponderando los ponderadores, con el fin de que el total de su suma sea 100.

En caso de contar con una sola cotización, el DANE efectuará un análisis de control aleatorio de verificación con las fuentes de información, con el fin de asegurar su consistencia.

Por último, en caso de tener varias cotizaciones para un mismo producto en un mismo segmento de comercialización, se asume el promedio aritmético de dichas cotizaciones con el fin de obtener un único precio por segmento y departamento. Este procedimiento no altera la realidad del mercado de bebidas alcohólicas, y es estándar de consistencia para el caso de múltiples cotizaciones de un mismo bien o servicio (en su máximo nivel de individualidad en otras operaciones estadísticas) tal como sucede en la operación de recolección de información del Índice de Precios al Consumidor – IPC.

3. Calcular el precio de venta al público de los licores, vinos, aperitivos y similares usando el peso relativo (ponderador) de las fuentes de información

Para esto se utilizará, en primer lugar, la información de la Encuesta Nacional de Presupuesto de los Hogares – ENPH⁴ que permite identificar los lugares de compra de estos productos por parte de los hogares en las 31 ciudades capitales agregando bares, restaurantes y hoteles en una categoría para tener finalmente cuatro ponderadores (ver anexo 1). Estos ponderadores son usados para calcular el precio de un producto para cada departamento ponderado por el segmento de comercialización así:

$$X_{nmj} = \sum_{z=1}^4 (X_{nmjz} \times \beta_{jz})$$

En donde X_{nmjz} es el precio del producto n , que pertenece a una categoría de la clasificación de bebidas alcohólicas m , comercializado en el departamento j y en el segmento de comercialización z ; β_{jz} es el ponderador para el departamento j del segmento de comercialización z (la lista de ponderadores para cada departamento y segmento puede ser consultada en el anexo 1 de este documento), y X_{nmj} es el precio calculado del producto n , que pertenece a una categoría de la clasificación de bebidas alcohólicas m , en el departamento j .

Para tener un solo precio por producto a nivel nacional, se usa la información de la Federación Nacional de Departamentos (FND), que permite calcular un ponderador por categoría de clasificación de bebidas alcohólicas (m) y por departamento (j) de acuerdo con las cantidades que son comercializadas en cada uno de los departamentos, así:

⁴ El uso de la ENPH obedece a la ausencia de un censo económico actualizado que le permita al DANE caracterizar el universo de los establecimientos económicos en donde se comercializan licores, vinos, aperitivos y similares.

$$X_{nm} = \sum_{j=1}^{31} (X_{nmj} \times \alpha_{mj})$$

En donde α_{mj} es el ponderador calculado a partir de la información de la FND que equivale al porcentaje del total nacional del consumo del tipo de licor m en el departamento j , y en donde X_{nm} es el precio de venta al público del licor n , que pertenece a una categoría de la clasificación de bebidas alcohólicas m (la lista de ponderadores para cada departamento y clasificación de bebidas alcohólicas puede ser consultada en el anexo 2 de este documento).

En los casos en los que para un producto no se cuente con información de las cantidades consumidas en algún departamento para el año de estudio, para el cálculo del ponderador asociado a ese departamento se utilizará la información más reciente de consumo del mismo producto.

En la Tabla 1 se presenta un ejemplo de cálculo hipotético de precio nacional para un producto ficticio, un whisky escocés, de acuerdo con los siguientes supuestos:

- Desde la perspectiva geográfica, el país se distribuye en tres conglomerados: dos departamentos (Santander y Antioquia) y resto del país
- Whisky comercializado en los tres conglomerados
- Para el departamento de Santander el whisky no se comercializó en hoteles, bares y restaurantes, por lo cual es necesario reponderar⁵
- Para el departamento de Antioquia y el resto del país, el whisky se vendió en los cuatro segmentos de comercialización

Tabla 1
Ejemplo de cálculo PVPLVA
Precio de venta al público simulado para un producto ficticio: whisky escocés

Departamento (j)	Tipo de fuente (m)	Precio Observado 750 cc sin impuestos (X_{nmj})	Ponderador ENPH para Departamento - segmento de comercialización β_{jz}	Ponderador ENPH Reponderado	Precio del departamento (X_{nmj})	Ponderador FND para el tipo de licor (α_{mj})	Precio de Venta al Público Nacional (X_{nm})
Santander	Tienda de Barrio	75.000	13,6%	15,2%	75.636	3,5%	67.717
	Supermercados	78.000	33,1%	37,1%			
	Tienda Especializada	74.000	42,6%	47,7%			
Antioquia	Tienda de Barrio	65.000	11,8%	11,8%	66.996	9,1%	67.717
	Supermercado	62.000	38,9%	38,9%			
	Tienda Especializada	70.000	47,5%	47,5%			
	Hoteles, bares y restaurantes	110.000	1,8%	1,8%			
Resto del país	Tienda de Barrio	60.000	14,3%	14,3%	67.478	87,4%	67.717
	Supermercado	58.000	37,4%	37,4%			
	Tienda Especializada	73.000	45,0%	45,0%			
	Hoteles, bares y restaurantes	132.000	3,3%	3,3%			

El ejemplo muestra que los diferentes precios observados son ponderados para tener un precio para los tres conglomerados (resaltado en rojo en la columna de “Precio del departamento”). Luego se utiliza el ponderador de la FND para calcular el precio nacional, que, en este caso, y para este producto ficticio, es de \$67.717.

⁵ Reponderar consiste en el reconocimiento de la ausencia de canales dividiendo la suma ponderada entre el peso del total de segmentos con información.

La anterior operación es equivalente a afirmar que para el país habrá 13x4 ponderadores nacionales. A título ilustrativo, a partir de la información provista por la FND para 2017, así como por la ENPH, estos ponderadores nacionales fueron:

Tabla 2
Ponderaciones con información de ENPH y FND por segmentos de comercialización y clasificación de bebida alcohólica

Clasificación de bebidas alcohólicas (m)	Segmentos de comercialización (z)			
	Almacenes, supermercado de cadena, tiendas por departamento o hipermercados	Supermercado de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarias y delicatessen	Establecimiento especializado en la venta del artículo o la prestación del servicios	Restaurantes, hoteles y bares
Aguardiente	36,3%	13,1%	46,4%	4,2%
Aperitivos No Vinico	35,8%	14,6%	44,8%	4,8%
Brandy	28,3%	17,8%	49,4%	4,6%
Cachaca	35,9%	21,2%	38,8%	4,1%
Coñac	37,1%	14,5%	43,1%	5,3%
Crema De Licor	37,4%	13,5%	44,3%	4,8%
Ginebra	41,7%	13,8%	37,8%	6,7%
Pisco	42,8%	13,3%	37,6%	6,4%
Ron	31,8%	14,8%	50,2%	3,2%
Tequila - Mezcal	37,3%	13,9%	43,7%	5,1%
Vinos	38,8%	13,6%	41,9%	5,7%
Vodka	38,8%	14,4%	41,6%	5,2%
Whisky	36,9%	15,4%	42,4%	5,4%

Fuente: DANE – FND cálculos DANE

4. Certificar mediante acto administrativo de carácter general, antes del 1º de enero de cada año, el precio de venta al público, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, por unidad de 750 cc de los licores, vinos, aperitivos y similares. La certificación anual podrá ser actualizada mensualmente para los productos no incluidos⁶.

5. Certificación de los productos no incluidos en la certificación anual de qué trata el punto 4⁷.

5.1. El importador y/o productor registra ante el DANE las siguientes variables:

- a) Registro Sanitario
- b) Código DANE

⁶ Se precisa que los productos no incluidos en la certificación anual son los siguientes: i) los que se comercializan en canales diferentes a los incluidos en el operativo de recolección del DANE, y ii) los licores, vinos, aperitivos y similares registrados ante el INVIMA con posterioridad a la certificación con vigencia anual expedida por el DANE.

⁷ El productor o importador revisa el listado de precios certificados por el DANE de conformidad con lo establecido en la ley 1816 e identifica los licores, vinos, aperitivos y similares no incluidos en el acto administrativo vigente

- c) Clasificación de la bebida alcohólica: Aguardiente, aperitivos no vínicos, brandy, cachaza, coñac, cremas de licor, ginebra, pisco, ron, tequila, vodka, whisky y vinos/uvas frescas/ espumosos/ vermouth/ champagne/ frutas/ sangría/ aperitivos vínicos y sake.
 - d) Marca
 - e) Grados de alcohol
 - f) Presentación
 - g) País de origen
 - h) Años/añada
 - i) Color cepa (Vinos)
 - j) Variedad (Vinos)
 - k) Categoría (Vinos)
 - l) Canal de comercialización
 - i. Tipo de canal (equivalente a la fuente de información)
 - ii. Nit
 - iii. Nombre comercial o razón social
 - iv. Dirección
 - v. Nombre del representante legal
 - vi. Teléfono
 - vii. Ciudad
 - viii. Correo electrónico
- 5.2. El DANE calcula el precio de venta al público usando la técnica de imputación del vecino más cercano, de acuerdo con el conjunto de características a) - k) del producto reportado por el importador o productor.
- 5.3. El DANE certifica mediante acto administrativo general el precio de venta al público de acuerdo con la técnica de imputación enunciada en el numeral anterior. El citado acto administrativo se proferirá y publicará el segundo y el cuarto viernes de cada mes, de acuerdo con las solicitudes allegadas por los importadores o productores.
- 5.4. El DANE, amparado en las facultades otorgadas por el parágrafo 2 del artículo 19 de la ley 1816 de 2016, solicitará a los importadores o productores toda aquella información relacionada con el producto en particular (numeral 5.3) con el objeto de determinar, a la mayor celeridad, su precio en los términos de los numerales 2 y 3 de la presente metodología.
- 5.5. La actualización del precio se realizará mediante acto administrativo de carácter general, por una sola vez para el producto objeto de imputación y estará vigente hasta el 31 de diciembre del año de su expedición.

Anexo 1

Tabla de ponderaciones ENPH por segmentos de comercialización y departamentos para licores, vinos, aperitivos y similares

Departamentos (j)	Almacenes, supermercado de cadena, tiendas por departamento o hipermercados (z ₁)	Supermercado de barrio, tiendas de barrio, cigarrerías, salsamentarias y delicatessen (z ₂)	Establecimiento especializado en la venta del artículo o la prestación del servicios (z ₃)	Restaurantes, hoteles y bares (z ₄)
Amazonas	33,69%	0,34%	64,38%	1,59%
Antioquia	38,92%	11,81%	47,52%	1,75%
Arauca	0,00%	11,00%	81,53%	7,47%
Atlántico	37,77%	20,58%	37,94%	3,71%
Bolívar	33,31%	26,76%	36,98%	2,95%
Boyacá	44,54%	15,13%	38,11%	2,22%
Caldas	36,70%	11,49%	51,34%	0,47%
Caquetá	16,06%	1,03%	82,91%	0,00%
Casanare	36,56%	5,54%	57,90%	0,00%
Cauca	8,11%	18,20%	70,88%	2,81%
Cesar	34,60%	13,31%	47,08%	5,01%
Choco	18,47%	39,20%	42,25%	0,08%
Cordoba	26,61%	21,96%	49,92%	1,51%
Cundinamarca*	48,44%	10,43%	31,15%	9,98%
Guainia	0,55%	36,72%	62,72%	0,01%
Guaviare	7,94%	4,13%	85,93%	2,00%
Huila	33,07%	18,44%	43,92%	4,57%
La Guajira	3,41%	24,97%	62,88%	8,74%
Magdalena	33,36%	20,92%	37,37%	8,35%
Meta	39,43%	20,17%	40,37%	0,03%
Nariño	21,23%	23,88%	49,23%	5,66%
Norte De Santander	7,26%	23,99%	53,15%	15,60%
Putumayo	10,31%	1,08%	88,61%	0,00%
Quindío	50,92%	17,14%	26,86%	5,08%
Risaralda	48,40%	6,28%	38,69%	6,63%
Santander	33,09%	13,55%	42,56%	10,80%
Sucre	29,01%	20,86%	48,75%	1,38%
Tolima	33,14%	7,27%	59,14%	0,45%
Valle Del Cauca	22,82%	15,39%	59,06%	2,73%
Vaupés	0,50%	27,63%	66,73%	5,14%
Vichada	0,72%	7,96%	80,40%	10,92%

Fuente: DANE - ENPH

* Se asume la estructura de Bogotá para el departamento de Cundinamarca

Anexo 2

Tabla de ponderaciones FND por departamentos y clasificación de bebidas alcohólicas

Departamento (j)	Clasificación de bebidas alcohólicas (m)											Whisky	
	Aguardiente	Aperitivos No Vinico	Brandy	Cachaza	Coñac	Cremas De Licor	Ginebra	Pisco	Ron	Tequila - Mezcal	Vinos - Uvas Frescas - Espumosos - Vermut - Champagne - Frutas - Sangría - Aperitivos Vinicos		Vodka
Amazonas	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,04%	0,01%	0,00%	0,00%	0,07%	0,01%	0,07%	0,13%
Antioquia	27,72%	14,98%	7,67%	5,69%	16,52%	16,54%	16,63%	17,18%	33,60%	23,71%	17,60%	20,63%	9,11%
Arauca	0,10%	0,26%	0,06%	0,00%	0,00%	0,23%	0,00%	0,00%	0,04%	0,03%	0,04%	0,04%	0,13%
Atlantico	1,74%	3,56%	0,26%	0,50%	2,75%	1,17%	4,47%	1,29%	3,03%	2,86%	3,97%	3,02%	5,52%
Bolivar	1,29%	2,91%	0,31%	28,41%	7,35%	1,19%	9,17%	7,80%	4,29%	5,19%	3,58%	9,90%	5,37%
Boyaca	2,00%	3,53%	1,38%	0,50%	0,71%	4,72%	0,70%	0,14%	0,41%	1,17%	3,61%	1,06%	3,63%
Caldas	4,88%	1,63%	6,24%	0,40%	0,68%	2,37%	1,29%	0,00%	2,50%	1,60%	1,36%	1,45%	1,14%
Caqueta	0,74%	0,47%	0,08%	0,00%	0,00%	1,19%	0,02%	0,00%	0,14%	0,81%	0,37%	0,33%	0,61%
Casanare	0,61%	0,91%	0,08%	0,00%	0,00%	1,39%	0,08%	0,00%	0,11%	0,28%	0,51%	0,32%	0,67%
Cauca	4,20%	1,38%	4,08%	0,00%	0,00%	1,85%	0,24%	0,31%	5,43%	1,20%	0,75%	1,15%	1,20%
Cesar	0,54%	1,12%	0,01%	0,00%	0,26%	0,42%	0,15%	0,00%	0,24%	0,25%	0,50%	0,21%	1,93%
Choco	0,00%	0,03%	0,00%	0,00%	0,87%	0,33%	0,26%	0,00%	0,00%	0,20%	0,04%	0,06%	1,14%
Cordoba	0,80%	0,94%	0,03%	0,00%	0,09%	0,21%	0,55%	0,00%	4,85%	0,89%	0,76%	0,65%	2,78%
Cundinamarca	28,44%	30,54%	8,38%	57,57%	40,18%	35,40%	50,19%	66,53%	8,09%	29,62%	41,38%	37,71%	36,44%
Guainia	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%
Huila	2,75%	2,91%	0,22%	0,00%	0,18%	2,15%	0,41%	0,00%	1,44%	1,81%	1,21%	0,95%	1,36%
La Guajira	0,07%	0,14%	0,00%	0,00%	0,00%	0,08%	0,01%	0,00%	0,04%	0,07%	0,09%	0,01%	0,06%
Magdalena	1,26%	1,85%	0,11%	0,40%	1,26%	0,58%	1,32%	0,49%	0,81%	1,25%	1,21%	1,28%	2,29%
Meta	1,22%	1,27%	0,32%	0,00%	0,00%	2,67%	0,75%	0,03%	0,51%	0,99%	1,36%	0,97%	2,35%
Nariño	1,81%	2,69%	33,85%	0,00%	2,32%	2,23%	0,99%	0,00%	4,94%	3,05%	0,93%	1,29%	3,69%
Norte De Santander	1,13%	1,97%	0,25%	0,00%	0,53%	2,22%	0,57%	0,00%	1,44%	0,40%	1,13%	0,21%	1,40%
Putumayo	0,34%	0,51%	0,06%	0,00%	0,00%	0,41%	0,03%	0,00%	0,49%	0,37%	0,14%	0,13%	0,52%
Quindio	1,20%	1,37%	5,86%	0,00%	0,44%	2,29%	1,01%	0,00%	0,97%	1,92%	1,18%	1,40%	1,26%
Risaralda	2,49%	1,89%	11,14%	0,50%	1,52%	3,21%	1,45%	0,44%	2,01%	3,71%	2,15%	2,13%	1,80%
Santander	2,42%	3,67%	2,29%	0,60%	4,16%	5,21%	2,41%	0,36%	0,50%	1,84%	4,54%	1,54%	3,47%
Sucre	0,39%	0,96%	0,00%	0,00%	0,00%	0,17%	0,19%	0,00%	3,44%	0,25%	0,37%	0,49%	1,56%
Tolima	2,83%	2,45%	0,74%	0,00%	0,80%	2,23%	1,16%	0,64%	0,78%	2,08%	1,53%	1,12%	1,98%
Valle Del Cauca	8,96%	16,03%	16,57%	5,42%	19,40%	9,45%	5,92%	4,79%	19,89%	14,39%	9,68%	11,87%	8,43%
Vaupes	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%
Vichada	0,04%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%

Fuente: FND, cálculos DANE