

Estadística de los Productos en el sector servicios

Objetivos

El principal objetivo de esta encuesta es conocer las características específicas de cada uno de los sectores que componen el Sector Servicios de Mercado en concreto, para poder llevar así a cabo un análisis sectorial más preciso adaptado a cada sector económico.

Ámbito poblacional

El ámbito poblacional de esta encuesta se define en función de la actividad principal que realice la empresa. Para cada una de las actividades investigadas, se utiliza un cuestionario diferente.

Los sectores que se analizan en esta Encuesta son:

- **Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas.** Cumplimentado por las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 45 de la CNAE2009 .
- **Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas.** Cumplimentado por las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 46 de la CNAE2009 .
- **Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 47 de la CNAE2009 .
- **Transporte por ferrocarril.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal sea el transporte interurbano de pasajeros y el de mercancías por ferrocarril grupos 49.1 y 49.2 de la CNAE2009 .
- **Transporte terrestre de pasajeros, excepto transporte por ferrocarril.** Cumplimentado por las empresas cuya actividad principal sea el *transporte terrestre de pasajeros, excepto el transporte por ferrocarril* , clases 49.31 y 49.39 respectivamente de la CNAE2009.
- **Transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza.** Cumplimentado por las empresas cuya actividad principal sea el *transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza*, grupo 49.4 de la CNAE2009.
- **Transporte marítimo y por vías de navegación interior.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 50 de la CNAE2009.

- **Transporte aéreo.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 51 de la CNAE2009.
- **Transporte postal.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal sean las actividades postales y de correo, división 53 de la CNAE2009.
- **Servicios de alojamiento.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal es la de *hoteles y alojamientos similares*, clase 55.10 de la CNAE2009, con al menos 50 asalariados.
- **Servicios informáticos.** Dirigido a las empresas con actividad principal de edición de programas informáticos, grupo 58.2, programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática, división 62, y proceso de datos, hosting y actividades relacionadas portales web, grupo 63.1.
- **Servicios audiovisuales.** Dirigido a las empresas con actividad principal de servicios audiovisuales, divisiones 59 y 60 de la CNAE2009.
- **Servicios jurídicos.** Complimentado por las empresas que tienen como actividad principal los servicios jurídicos, grupo 69.1 de la CNAE2009 .
- **Servicios de consultoría y asesoría económica.** Complimentado por las empresas que tienen como actividad principal la contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal, clase 69.20 de la CNAE2009, o la consultoría y gestión empresarial, grupo 70.2 de la CNAE2009.
- **Servicios técnicos.** Complimentado por las empresas que tienen como actividad principal los servicios técnicos de arquitectura e ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico, grupo 71.1 de la CNAE2009, o los ensayos y análisis técnicos, clase 71.20 de la CNAE2009.
- **Servicios de estudio de mercado y realización de encuestas de opinión pública.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la clase 73.20 de la CNAE2009.
- **Servicios de publicidad.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro del grupo 73.1 de la CNAE2009 .
- **Servicios de selección y colocación de personal.** Dirigido a las empresas con actividad principal sean las actividades relacionadas con el empleo, división 78 de la CNAE2009.
- **Servicios de agencias de viajes y tour operadores.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal es la de *agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos*, división 79 de la CNAE2009, con al menos 20 asalariados.
- **Servicios industriales de limpieza.** Complimentado por las empresas que tienen como actividad principal la limpieza, grupo 81.2 de la CNAE2009.

Variables objeto de estudio

Cada uno de estos cuestionarios, aunque diferentes entre sí, tiene una estructura similar y las variables objeto de estudio en cada uno de ellos pueden clasificarse en tres tipos:

- Desglose de la cifra de negocios por productos
- Desglose de la cifra de negocios por tipo de clientes o sector de actividad del cliente.
- Variables específicas de cada sector en concreto. Recogen información de características propias de cada sector.

Desglose de la cifra de negocios según las actividades realizadas y los servicios prestados

Para cada uno de los sectores, se solicita a las empresas una desagregación de la cifra de negocios en función de los productos que ofrecen. La relación de cada uno de estos productos para cada actividad concreta se ajusta a los recogidos en la Clasificación de Productos por Actividad, aunque en algunos casos difiere de esta clasificación incorporándose nuevos servicios o incluyendo servicios de actividades limítrofes para que las empresas puedan realizar un reparto más adecuado a su cifra de negocio.

La inclusión de este apartado en todos los sectores responde a varias razones:

- a) *Permite asignar correctamente la actividad principal de la empresa.* Cada una de las unidades estadísticas estudiadas (empresas) realizan frecuentemente actividades diversas que deberían ser clasificadas en clases separadas de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas. En general, las actividades desarrolladas por una unidad económica pueden ser de tres tipos: actividad principal, secundaria y auxiliares. La actividad principal se diferencia de las secundarias por ser la que genera mayor valor añadido; mientras que las actividades auxiliares son aquellas que generan servicios que no son vendidos en el mercado y sirven únicamente a la unidad de la que dependen (departamentos de administración, servicios de transporte o almacenamiento). Ante la dificultad que supone para las empresas el cálculo del valor añadido cuando realizan varias actividades, se considera como actividad principal aquella que genera mayor volumen de negocio.

El marco poblacional de la Encuesta de Productos es el Directorio Central de Empresas (DIRCE), generado a partir de Registros Administrativos. La actividad económica que cada empresa tiene en el DIRCE se determina a partir del epígrafe fiscal presente en el Impuesto de Actividades Económicas y del código de actividad CNAE2009 que figura en las Cuentas de Cotización de la Seguridad Social. Sin embargo, dado que las empresas suelen realizar más de una actividad, debe estar dada de alta en varios epígrafes del impuesto de actividades económicas y, para poder asignar una actividad principal de par-

tida, la Unidad de Directorios del INE aplica una serie de filtros y criterios. Esta actividad principal de partida puede no ser la correcta y la información que suministra la empresa sobre el desglose de su cifra de negocios supone una información muy adecuada para asignar correctamente la actividad principal que realiza.

El conocer de forma más detallada los servicios que prestan las empresas también será de utilidad para las distintas adaptaciones estadísticas que conllevan los cambios de CNAE.

- b) *Permite saber el grado de especialización de las empresas de un sector.* A partir de este reparto del volumen de negocios es posible conocer si las empresas de un sector determinado se dedican en exclusiva al suministro de un servicio determinado o un número reducido de ellos o, por el contrario, diversifican su actividad entre muchos productos.
- c) *Permite obtener información muy valiosa para el análisis de determinados sectores.* En el caso de las empresas de alojamiento (dirigido a hoteles) y de agencias de viajes, el desglose de la cifra de negocios de estas empresas, permite obtener información adicional muy valiosa para el análisis del turismo, al incorporarse esta información en las estimaciones realizadas para la Cuenta Satélite del Turismo.
- d) *Proporciona información necesaria para la elaboración de índices de precios desde el punto de vista de la oferta de cada uno de los sectores.* A la hora de calcular un índice de precios se debe decidir cuál es el ámbito de aplicación, seleccionar los productos cuyos precios se pretenden medir, elaborar un sistema de ponderaciones, la obtención de las mismas y de los precios, la fórmula agregativa más conveniente para el cálculo del índice, ...

En el caso de los Índice de Precios del Sector Servicios, para cada actividad se deben seleccionar unos "artículos" (tipos de servicios) elementales que cumplan las siguientes condiciones:

- deben mantener las mismas características a lo largo del tiempo (homogéneos),
- la evolución de sus precios debe ser similar al resto de servicios a los que representan dentro del producto,
- que tengan permanencia en el mercado,
- y que sean de fácil observación.

El desglose de la cifra de negocios de cada actividad por productos permite determinar cuales son los servicios más representativos y ofertados con mayor frecuencia, al mismo tiempo que suministra la información necesaria para obtener un sistema de ponderaciones (calculadas en función del peso relativo de cada uno de los servicios elementales en el total) para calcular los índices de precios agregados de ese sector.

Desglose de la cifra de negocios según el tipo de cliente o el sector de actividad del cliente

Esa información se solicita en todos los cuestionarios si bien las razones pueden ser diversas en cada uno de ellos.

En el caso de los cuestionarios de comercio al por mayor y comercio al por menor este reparto del volumen de negocio en función del tipo de cliente ayuda a asignar correctamente la actividad de la empresa. Dado que casi todas las empresas dedicadas a la distribución comercial realizan actividades de los dos tipos de comercio, el conocer cuales son sus clientes determinará cual de los dos tipos es su actividad principal. Si una empresa de distribución obtiene un mayor porcentaje de facturación de otros mayoristas, empresas o profesionales su actividad principal será comercio al por mayor, mientras que si sus clientes son mayoritariamente consumidores finales la actividad asignada será comercio minorista.

De nuevo en el caso de los hoteles y agencias de viajes, el reparto de la cifra de negocios por clientes (*hogares, tour operadores nacionales o no nacionales, otras agencias de viaje nacionales o no nacionales, otras empresas*) constituye una fuente de información muy valiosa para las estimaciones de la Cuenta Satélite del Turismo.

Por último, en el resto de cuestionarios se les solicita a las empresas información acerca del sector de actividad de sus clientes (hogares o instituciones privadas sin fines de lucro, sector público o empresas diferenciando el sector económico a que pertenecen). Este desglose permite conocer la demanda de los servicios de mercado realizada por el resto de los sectores de la economía. En el caso de la demanda realizada por las empresas, el conocer el sector donde desarrolla su actividad permite conocer el grado de externalización que ha podido realizar cada uno de los sectores.

Variables específicas de cada sector en concreto

En algunos de los sectores estudiados se solicita a las empresas variables propias que ayuden a conocer las características concretas de dicho sector o bien medir los cambios que pueden estar sufriendo.

Ejemplos de estas preguntas se enumeran a continuación:

Comercio al por menor : En este cuestionario se solicita información sobre el desglose de la cifra de negocios según el sistema de venta (tradicional, autoserivicio, comercio electrónico, correo, catálogo o televenta, máquinas expendedoras, ambulante o a domicilio). También se requiere de las empresas una clasificación de sus locales minoristas de acuerdo a la superficie de venta (menos de 120 m², de 120 a 399, de 400 a 999, de 1.000 a 2.499, de 2.500 a 4.999, de 5.000 a 9.999, más de 9.999 m²); así como el número de empleados en cada uno de ellos

y las ventas realizadas. Esto permite realizar un análisis de la productividad por empleado en cada tipo de local o las ventas por metro cuadrado.

Transporte de viajeros o de mercancías, por carretera, transporte marítimo o transporte aéreo: En todos los cuestionarios dirigidos a las empresas dedicadas al transporte existe un apartado específico para conocer las características del parque móvil de cada uno de ellos: número de vehículos según tipo, capacidad (plazas o carga útil) y años de antigüedad. También se solicita información acerca del desglose de las compras netas de combustibles y otros aprovisionamientos.

Servicios postales: En este cuestionario se solicita información acerca del tráfico realizado, número de bultos enviados según tipo (cartas, documentos o paquetes) o momento de la entrega (urgente o no urgente). También se solicita información acerca del desglose de las compras netas de combustibles y otros aprovisionamientos.

Servicios de publicidad: En estos cuestionarios a las empresas que dentro de este sector realizan los servicios de las centrales de medios se les solicita el desglose por tipo de medio (periódicos, revistas, radio, televisión, Internet, exterior y directa). Estos servicios consisten en la compra de espacio o tiempo publicitario en gran cantidad con el fin de obtener de los medios de comunicación condiciones ventajosas, para ser vendidos a los clientes, anunciantes y agencias.

Servicio de selección y colocación del personal: Uno de los apartados incluidos en este cuestionario requiere a las empresas que proporcionan personal a otras empresas, el número de horas facturadas según el tipo de personal suministrado (oficina, comercio, industria, hostelería y restauración, transporte, sanitario, educación, informático y otros).

Agencias de viajes: A las empresas de este sector que obtienen parte de su facturación por la venta de paquetes turísticos realizados por ellas mismas, se les pide el detalle de los servicios comprados para formar dichos paquetes (servicios de transporte, alojamiento, restauración, alquiler de vehículos, servicios recreativos y culturales, servicios financieros y de seguros). De esta forma se conoce la composición de estos paquetes, información que es de gran utilidad para las estimaciones de la Cuenta Satélite del Turismo.