

Estadística de los Productos

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 a cabo así 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 estaciones de servicio.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 50 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Comercio al por mayor.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 51 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Comercio al por menor.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 52 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios de alojamiento.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal es la de *hoteles*, clase 55.10 de la CNAE-93.Rev.1, con al menos 50 asalariados.
- **Servicios de agencias de viajes y tour operadores.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal es de *agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de apoyo turístico*, clase 63.30 de la CNAE-93.Rev.1, con al menos 20 asalariados.
- **Transporte por ferrocarril.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre en el grupo 60.1 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Transporte metropolitano de viajeros.** Dirigido a las empresas dedicadas al transporte suburbano.
- **Transporte urbano e interurbano de viajeros.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal sea el *transporte urbano regular de viajeros, transporte regular de viajeros por carretera u otros tipos de transporte terrestre discrecional de viajeros*, clases 60.21 (excepto transporte metropolitano) y 60.23 respectivamente de la CNAE-93.Rev.1.
- **Transporte de mercancías por carretera.** Complimentado por las empresas cuya actividad principal sea *transporte de mercancías por carretera*, clase 60.24 de la CNAE-93.Rev.1.

- **Transporte marítimo y por vías de navegación interior.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 61 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Transporte aéreo.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 62 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios postales.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la clase 64.12 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios jurídicos.** Complimentado por las empresas que tienen como actividad principal los servicios jurídicos, clase 74.11 de la CNAE-93.Rev.1.
- **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 74.12 de la CNAE-93.Rev.1, o la consulta y asesoramiento sobre dirección y gestión empresarial, **clase 74.14** de la CNAE-93.Rev.1.
- **Servicios de estudios de mercado y encuestas de opinión pública.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la clase 74.13 de la CNAE-93 Rev-1.
- **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, clase 74.20 de la CNAE-93.Rev.1, o los ensayos y análisis técnicos, clase 74.30 de la CNAE-93.Rev..
- **Servicios de publicidad.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro del grupo 74.4 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios de selección y colocación de personal.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro del grupo 74.5 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios informáticos.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de la división 72 de la CNAE-93 Rev-1.
- **Servicios audiovisuales.** Dirigido a las empresas cuya actividad principal se encuentre dentro de los grupos 92.1 y 92.2 de la CNAE-93 Rev-1.

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 en concreto.

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 almacenamientos). 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 CNAE-93 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 partida, 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.

- 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 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, 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 módulos de comercio al por mayor y comercio al por menor este reparto del volumen de negocios 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 los 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 esta información permite conocer el grado de externalización que ha podido realizar cada uno de los sectores en cuanto a los servicios que antes eran suministrados dentro de la propia empresa a través de las actividades auxiliares.

Variables específicas de cada sector en concreto

En algunos de los sectores 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, autoservicio, 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 especial 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.

Agencias de viajes: A las empresas de este sector que obtienen para 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.

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).

Servicios de publicidad: En estos cuestionarios a las empresas que, dentro de este sector realizan los servicios de las centrales de medios consistentes 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, se les solicita el desglose por tipo de medio (Periódicos, revistas, radio, televisión, Internet, exterior, directa).

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, otros).