ESTUDIOS Y ANALISIS

Análisis del Sector de Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid

Comunidad de Madrid
Consejería de Economía

ESTUDIOS Y ANALISIS

Análisis del Sector de Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid

Comunidad de Madrid
Consejería de Economía

Departamento de Estadística

AUTORES: Fernando del Castillo Cuervo-Arango, Luis González Calbet
y María Paz Salido Amoroto

Editado en Junio de 1992

EDITA: Consejería de Economía
Departamento de Estadística
Príncipe de Vergara, 132 - 6.ª planta
28002 Madrid
ISBN: 84-451-0497-7
Depósito legal: M. 20.615-1992

IMPRIME: Imprenta FARESO
Paseo de la Dirección, 5. 28039 Madrid

AGRADECIMIENTOS: Queremos agradecer las sugerencias recibidas de Carmelo Díaz Marzo y Cándido Muñoz Cidad, así como la labor de proceso de textos de María Asunción Gundián Blánquez. La ayuda de todos ellos ha sido fundamental para la redacción final de este trabajo.

INDICE

PRESENTACION

En el Departamento de Estadística pensamos que la estadística es una herramienta para conocer la realidad. También opinamos que la estadística pública se justifica si proporciona a los gobernantes y a la sociedad información suficiente para tomar las decisiones correctas y la posibilidad de medir sus efectos.

El trabajo "El sector Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid", cuyos resultados se analizan en la páginas que siguen, se encuadra en la línea de los principios apuntados y continúa el proceso de reflejo de la realidad económica de la Comunidad, ampliando trabajos similares sobre las Administraciones Publicas, Industria, Comercio minorista y Publicidad. Le seguirán otros en el intento de establecer, esperamos que en plazo razonable, unas cuentas económicas anuales para el conjunto de la Comunidad de Madrid.

En esta publicación se ofrece un análisis de los resultados estructurales del Sector Servicios a Empresas. Considero que los estadísticos deberían analizar la información que producen. Esto les permitiría profundizar en las ventajas y limitaciones del producto obtenido y conocer más detalladamente la realidad investigada para mejorar próximos proyectos. No obstante, no ha sido ésta la razón fundamental para abordar el presente trabajo. El factor determinante ha sido las demandas que con frecuencia se reciben para que hagamos análisis y la favorable acogida que han tenido trabajos similares anteriores. Es también una manera de responder a los informantes ante los que nos sentimos agradecidos y deudores.

No obstante, hay que advertir que este "Análisis del Sector Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid" es sólo, y no pretende otra cosa, una primera aproximación al difícil estudio de un conjunto de actividades cuya importancia en la economía es reciente y que son desarrolladas por empresas con gran movilidad y versatilidad y, en general, muy jóvenes. Se estudian las características más sobresalientes del sector y las ramas que lo componen, matizando con cuidado especial los diferentes comportamientos. En la elaboración de este documento se ha practicado continuamente un ejercicio de contención para limitarse a las conclusiones fundamentales, procurando evitar la introducción de hipótesis personales.

No sólo esperamos, sino que agradeceremos, la aparición de nuevos análisis, que profundicen, corroboren o contradigan las conclusiones que aquí se aportan. Será una manera de seguir aproximándose a la realidad de la Comunidad de Madrid.

Carmelo DIAZ MARZO
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA

I. INTRODUCCION

El trabajo de los estadísticos, como el de muchos investigadores en otras ciencias, tiene, según las ocasiones, consecuencias distintas: a veces se confirman cuestiones más o menos intuitivamente tenidas por ciertas; otras veces, al contrario, la investigación de la realidad lleva a demostrar que son falsas "verdades" generalmente admitidas. Ambos tipos de resultados tienen su interés y atractivo y sus dificultades.

Desde el punto de vista de la investigación sobre la estructura económica de la Comunidad de Madrid, el Departamento de Estadística está desarrollando dos tareas importantes que engarzan con las situaciones anteriormente enunciadas. En primer lugar, con la realización y publicación de las "Cuentas del Sector Industrial en la Comunidad de Madrid" se ha puesto de manifiesto que la imagen de Madrid como economía de servicios, ampliamente aceptada en distintos ámbitos es, en gran medida, la simplificación de una realidad mucho más rica. Madrid es la segunda zona industrial de España, detrás de Cataluña, está especializada en producciones de alta tecnología y su productividad es generalmente superior a la media española. O enunciado de otra manera, Madrid ha sido una importante zona industrial en la España de los ochenta y está en una buena situación relativa (respecto a las demás regiones españolas) para afrontar los avatares de los noventa.

En segundo lugar, el Departamento de Estadística trata de aportar información cuantitativa que permita contrastar y clarificar las afirmaciones referentes al peso de los servicios en la región madrileña. Saber cuáles son esos servicios, cuánto aportan al valor añadido regional, cuál es su imbricación con el resto de la economía regional y nacional está siendo uno de los objetivos de los últimos años. En esta línea se han desarrollado y publicado trabajos sobre el Comercio minorista, las Administraciones Públicas regionales, la Publicidad y, ahora, los denominados "Servicios a empresas".

Esta tarea de cuantificación de la realidad del sector de Servicios a empresas no es sencilla, como se pone de manifiesto en las páginas que siguen, ya que la caracterización y delimitación de las actividades de servicios no es tan clara como la de los sectores de industria o construcción en la cultura económica y estadística y porque uno de los elementos más relevantes en las actuales actividades de servicios es la movilidad en la creación, transformación y cierre de empresas. Sin embargo se ha acometido su realización por razones que, sucintamente, se pueden resumir como sigue:

a) Peso intrínseco del sector. Señálese, sólo a título de referencia, que ocupa a unas cien mil personas y genera un valor añadido bruto de alrededor de medio billón de pesetas.

b) Por las conexiones que tiene con otras actividades de industria y de servicios, al ser oferente de productos para todas ellas.

c) Por la importancia de los procesos de transformación que se están operando en su seno, ya que una parte importante de las actividades que integran este sector constituyen el corazón del terciario avanzado.

d) Y, por último, para tratar de llenar el vacío existente en términos de información económica sistematizada y comparable con la de otros sectores y ámbitos geográficos.

El trabajo que se presenta a continuación tiene como objetivo realizar un breve análisis del sector denominado de Servicios a empresas y romper la dureza de lectura de las cifras contenidas en la principal fuente de datos, la publicación sobre Servicios a empresas en la Comunidad de Madrid[1]. Ello supone que se van a tratar de extraer las características generales dominantes en detrimento de particularidades sectoriales y temáticas, por lo que cualquier persona interesada en mayores detalles deberá recurrir a la publicación anteriormente mencionada.

El origen de los datos recogidos se encuentra en una operación desarrollada entre junio de 1991 y marzo de 1992. Dicha operación tuvo como objetivos: 1) Obtener información económica sobre el sector (número de ocupados y de empresas, cuentas económicas en términos de Contabilidad Nacional y cuentas de ingresos y gastos en términos de contabilidad privada) y 2) Mejorar y actualizar el Directorio de Empresas y Establecimientos del Sector, integrado en la Base de Datos de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid.

Aunque este no es el lugar adecuado para extenderse en consideraciones metodológicas (ampliamente ofrecidas en la obra citada), sí habría que mencionar, aunque fuera de forma muy sintética, las siguientes cuestiones referentes tanto al diseño de la operación en sí como al proceso de obtención de los resultados finales:

* ¿Qué se entiende por Servicios a empresas?

Si el principio de cualquier estudio sobre un sector económico exige algún tipo de precisiones para conseguir una delimitación detallada del mismo, esta tarea resulta aún más necesaria en el caso del sector de Servicios a empresas. La razón parece clara. No hay una comprensión única, ni generalizada, sobre su contenido, sin que se pueda afirmar si ello está originado porque la denominación es confusa o si la denominación es confusa porque no se sabía exactamente qué se trataba de bautizar. La literatura económica no se ha distinguido hasta hace bien poco por la atención prestada al papel de los servicios en el desarrollo económico y, quizá como reflejo, las clasificaciones utilizadas por organismos nacionales e internacionales de estadística han estudiado y ubicado pormenorizadamente cada actividad agrícola o industrial, a la vez que englobaban en pocos renglones un sinfín

[1] "El Sector de Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid; Volumen I. Cuentas Económicas 1990; Volumen II. Directorio 1991". Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid.

Cuadro 0

RELACION DE ACTIVIDADES QUE CONSTITUYEN EL SECTOR DE SERVICIOS A EMPRESAS

1 PUBLICIDAD	*Diseño y campañas publicitarias*
	Distribución e intermediación publicitarias
	Servicios generales de publicidad
	Otros servicios publicitarios
2 INFORMATICA	*Consultores de equipo informático*
	Desarrollo y suministro de software
	Proceso y bases de datos
	Mantenimiento de maquinaria de oficina
	Otras actividades informáticas
3 INVESTIGACION Y DESARROLLO	*Investigación y desarrollo*
4 ASESORAMIENTO JURIDICO	*Asesoría jurídica*
	Notarías y registros
5 ASESORAMIENTO ECONOMICO	*Contabilidad*
	Auditoría
	Asesoría fiscal
	Asesoría de dirección y gestión empresarial
	Gestión administrativa
6 ESTADISTICA Y ESTUDIO DE MERCADOS	*Estadística y estudios sociales*
	Estudio de mercados
	Estadística y estudio de mercados (sin predominio)
7 ARQUITECTURA E INGENIERIA	*Arquitectura y urbanismo*
	Ingeniería
8 OTROS SERVICIOS TECNICOS	*Prospecciones y estudios geológicos*
	Topografía y delineación
	Ensayos y análisis técnicos
	Otros servicios técnicos n.c.o.p
9 SELECCION DE PERSONAL	*Selección de personal*
10 SEGURIDAD E INVESTIGACION PRIVADA	*Investigación privada*
	Servicios de vigilancia
	Otros servicios de seguridad
11 LIMPIEZA DE EDIFICIOS	*Limpieza de edificios*
12 ESTUDIOS Y LABORATORIOS FOTOGRAFICOS	*Estudios y laboratorios fotográficos*
13 OTROS SERVICIOS PROFESIONALES	*Mecanografía y reprografía*
	Traducción e intérpretes
	Gestión de cobros
	Otros servicios profesionales n.c.o.p.

de servicios tan extraños entre sí como pueden serlo, en el ámbito de la producción de bienes, la fabricación de muebles y la construcción de viviendas.

La heterogeneidad de este sector queda manifiesta cuando se intenta buscar algún elemento común para que defina a todos o a la mayor parte de sus componentes:

- Es cierto que la mayor parte de la clientela del sector está formada por "empresas" (si en tal grupo se admite incluir a la Administración Pública, probablemente la "empresa" de mayores dimensiones en muchos países), pero esta misma característica se da en otras actividades que nunca han sido incluidas en este sector: actividades de intermediación financiera, transporte, etc.

- No puede afirmarse que las actividades del sector sean mayoritariamente de tecnología avanzada, ya que en el mismo coexisten formas de producción totalmente tradicionales con otras de tecnología punta.

No parece extraño, pues, tras este fallido intento de generalización, que sea necesario recurrir a la descripción individualizada de las distintas actividades que integran el sector, que se corresponden, aproximadamente, con la agrupación 84 de la antigua Clasificación Nacional de Actividades Económicas "Servicios prestados a las empresas" (CNAE-74) si se le añaden las actividades de I + D privada, fotografía, limpieza de edificios y mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina; o con las divisiones 72 (Actividades informáticas), 73 (Investigación y desarrollo) y 74 (Otras actividades empresariales) de la nueva NACE[2].

En resumen, el sector cuyos rasgos fundamentales se tratará de destacar en las próximas líneas está constituido por las actividades recogidas en el cuadro 0.

* ¿A quién se dirigió la Encuesta?

La Encuesta cuyos resultados han permitido ofrecer las "Cuentas Económicas" del sector estuvo dirigida a aquellos establecimientos que tienen como actividad principal la prestación de alguno de los servicios incluidos en la relación anterior. Al estar dirigida a establecimientos supone que no se encuestó a aquellos profesionales o autónomos que carecen de establecimiento o local distinto del que utilizan como vivienda. Pero, además, al haber estado centrada en los establecimientos que tienen como actividad principal la prestación de alguno de los servicios relacionados en el apartado anterior, se excluyó de la cobertura de la Encuesta las actividades de servicios a empresas desarrolladas en establecimientos primordialmente dedicados a la producción de bienes o de otro tipo de

[2] Esta es la nueva nomenclatura de actividades económicas de la Comunidad Europea, que va a provocar en breve la sustitución de la CNAE-74 por otra clasificación que sea una adaptación y desarrollo de la vigente a nivel comunitario.

servicios. Ejemplos de actividades no encuestadas serían la de asesoramiento económico a clientes realizada por una institución bancaria o las actividades informáticas desarrolladas en el seno de empresas industriales.

No obstante, los resultados finales ofrecidos en términos de "Cuentas Económicas" sí incluyen la actividad desarrollada por profesionales sin establecimiento, ya que a la hora de elevar los resultados muestrales, elevación que se realiza por número de ocupados, los profesionales fueron incluidos en la cifra total de ocupación del sector.

* Otras referencias metodológicas

- El Directorio utilizado para la operación de campo fue el de la Base de Datos de Actividades Económicas de la Comunidad de Madrid.

- Quizá uno de los elementos más destacables de esta operación haya sido que, con ella, el Departamento de Estadística ha pasado definitivamente a presentar sus cuestionarios de petición de información económica en los mismos términos empleados por el Plan General de Contabilidad. La adaptación de las preguntas de los cuestionarios a las cuentas previstas en el Plan ha transformado los cuestionarios, cuya cumplimentación exige ya poco más que un simple vaciado de la información contenida en las Cuentas de Pérdidas y Ganancias.

- El caso especial de la rama de Publicidad. Un año antes de salir a campo para encuestar al conjunto de Servicios a empresas se realizó la Encuesta piloto al sector de Publicidad 1989[3], con un cuestionario y procedimiento de trabajo de campo semejante aunque no idéntico al utilizado para el sector cuyos resultados ahora se presentan. Este desfase tiene dos consecuencias. La primera, que la información final disponible para Publicidad no tiene exactamente el mismo detalle que la del resto del sector. La segunda, que ha sido necesario estimar la evolución de las macromagnitudes de Publicidad entre 1989 y 1990 para hacerlas comparables e integrables con las del resto del sector.

Hechas las anteriores precisiones, el análisis que sigue se va a estructurar en tres grandes bloques. En el primero se tratará de ubicar al sector en el conjunto de la economía regional y nacional; en el segundo se realizará un análisis global del mismo, resaltando las características generales y comparando los valores que cada una de las trece actividades obtiene en las magnitudes más relevantes. En el tercero, por último, se efectuará el análisis individualizado de cada rama. Este planteamiento permite, a nuestro juicio, satisfacer las dos demandas más previsibles: la de aquellos que desean obtener una visión del conjunto del sector y la de los interesados en los aspectos singulares de una actividad determinada.

---

[3] "El Sector de Publicidad en la Comunidad de Madrid. Cuentas Económicas y Directorio. 1989". Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid.

II. LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN LA ESFERA NACIONAL Y REGIONAL

En este apartado se va a hacer referencia al tamaño del denominado sector Servicios a empresas en su conjunto. Para ello se van a tomar dos elementos de referencia esenciales: ¿cuánto supone el sector dentro de la economía regional?, ¿qué implantación tiene en el conjunto de la nacional? A priori, para nadie resulta una sorpresa el hecho de la gran presencia de este sector en la Comunidad de Madrid; la región es una gran exportadora de este tipo de servicios al resto del Estado. Pero no sólo este fenómeno de la "exportación de servicios", derivado de las evidentes ventajas que supone el situarse en la capital del Estado, justifica la especialización de Madrid en este tipo de producción. También la alta, y creciente, articulación entre este sector y la industria y la Administración Pública constituye una razón que origina esa especialización elevada.

* El sector en la economía nacional

Según las Cuentas Económicas del Sector de Servicios a Empresas, referidas al año 1.990, este sector daba empleo en la Comunidad de Madrid a 98.774 personas. La facturación global del sector superaba el billón doscientos mil millones de pesetas, si bien en términos de producción, donde no se incluyen los gastos publicitarios en medios de comunicación, no supera los 900.000 millones de pesetas. El valor añadido es la magnitud que pone de manifiesto de forma más precisa la aportación del sector al resto de la economía; medido a coste de los factores, se estima en 471.952 millones de pesetas.

Este primer apunte lleno de millones sólo sirve para dejar la sensación de que el sector que se somete a análisis es uno de los importantes. Pero, sin duda, esta importancia sólo se puede evaluar correctamente en términos relativos. La comparación con datos nacionales no es inmediata. Usemos en primer lugar la Encuesta de Población Activa (EPA), de la que se disponen de datos de ocupación a nivel de agrupaciones (dos dígitos) de la CNAE-74. El sector Servicios a empresas, definido en el estudio regional en base a la nueva clasificación de actividades europea, incluye junto a las actividades recogidas en la agrupación 84 de la CNAE-74 algunas otras como la Limpieza de edificios, I+D, Estudios y laboratorios fotográficos y Mantenimiento de maquinaria de oficina. Por tanto, para tener cifras comparables de los ámbitos regional y nacional es necesario reducir la comparación a los límites de la agrupación 84. No obstante, esto supone que seguimos hablando del 90 por ciento del sector definido en el estudio regional, por lo que la comparación resulta interesante.

Según se ve en el cuadro 1 adjunto, en la Comunidad de Madrid reside el 27,4 por cien del empleo nacional del sector. Esto da una primera idea del fuerte peso específico del sector, ya que esta región alberga apenas el 13 por ciento del total de la fuerza de trabajo española. Es decir, en términos de empleo, el nivel de especialización sectorial supera el 200 por cien.

En el mismo cuadro se aprecia uno de los rasgos distintivos de la estructuración del sector en la región: mientras que en Madrid el colectivo de no asalariados supone un 15,1 por ciento del conjunto de la ocupación sectorial, en España este porcentaje casi se duplica, llegando al 26,4 por ciento. Por un lado, a pesar de que, como se verá más adelante, este es un sector de empresas pequeñas, en términos relativos resulta que en la Comunidad de Madrid se produce la concentración de las más grandes del sector, las que incorporan un mayor porcentaje de empleo asalariado. Así pues, aunque muchos de los servicios que se ofrecen bajo el nombre de "prestados a empresas" surgieron prestados por profesionales que a menudo lo utilizaban como una fuente auxiliar de ingresos respecto a su ocupación principal, hoy esta forma de entender la prestación de servicios sobrevive en Madrid sólo de forma residual, cuando todavía es un método preponderante en algunas otras regiones.

Con las magnitudes de la Contabilidad Nacional no es posible una comparación directa inmediata: en aquélla la desagregación de ramas es menor y, en especial, en la rama de servicios prestados a las empresas se incluye un subsector, el de la promoción inmobiliaria, que presenta unas características estructurales muy diferentes de la media del que ahora consideramos; por otro lado, las últimas cifras disponibles en el momento de escribir este texto son de 1988 y el enorme ritmo de crecimiento del sector en estos años (según la EPA, la ocupación creció un 24,4 por ciento entre 1988 y 1990) obliga a ser prudentes a la hora de hacer estimaciones. No obstante, los indicios indirectos y las observaciones directas en algunos subsectores, incitan a pensar que la participación del sector en términos de valor añadido es algo superior a la que se deriva de la ocupación; dicha participación se puede cifrar en torno al 30 por ciento.

Con más base se puede establecer una comparación con respecto a la remuneración de asalariados en ambos ámbitos. En Madrid se situaba el coste de personal por asalariado en 1990 en 3,6 millones de pesetas, lo que resulta un 16 por ciento superior a la estimación hecha a nivel nacional. De este dato se pueden derivar dos conclusiones distintas:

- La más obvia y directa, que supone afirmar que los salarios resultan como media superiores en la región. Este fenómeno, que se repite en la mayor parte de los sectores de la economía, va parejo a la existencia de un nivel de cualificación en los empleos superior a la media nacional.

- La otra hace referencia al distinto reparto de las rentas que se produce en Madrid y en España. Mientras que en Madrid las rentas del trabajo se llevan aproximadamente el 60 por ciento del total del valor añadido a coste de factores, en España es el excedente bruto de explotación el que tiene una aportación mayoritaria, también cercana al 60 por ciento. Dos datos ya mencionados están detrás de este diferente reparto: el mayor salario por persona en la región y el mayor peso de los asalariados en el total de la fuerza de trabajo; recuérdese que las ganancias

Cuadro 1

DATOS DE OCUPACION SEGUN LA ENCUESTA DE POBLACION ACTIVA

Miles. Medias anuales 1990

	Madrid	España	Porcentaje de participación
Total ocupados	1.624,2	12.578,8	12,9
Ocupados en servicios a empresas en sentido estricto (agrupación 84 CNAE)	90,1	328,9	27,4
Asalariados	76,5	242,0	31,6
No asalariados	13,6	86,9	15,7
Porcentaje de no asalariados sobre ocupación en servicios a empresas	15,1	26,4	–

Fuente: Encuesta de Población Activa. INE (MINECO).

obtenidas por los propietarios y autónomos forman parte, en términos de Contabilidad Nacional, de los excedentes de explotación.

Así pues, resumiendo, se puede afirmar que Madrid es la primera región productora de este tipo de servicios en España, aportando un total aproximado del 30 por ciento del valor añadido nacional. La concentración en ella de las grandes empresas del sector hace que la función de producción regional presente unos rasgos muy distintos a la nacional, con una presencia mucho más fuerte de los costes salariales, tanto debido a la existencia de una proporción más elevada de asalariados en la fuerza de trabajo, como a los mayores salarios que, como media, se pagan en la región.

* El sector en la economía regional

Contextualizado así el sector madrileño en el conjunto nacional, a continuación analizamos la presencia de este sector a nivel regional. El sector investigado da empleo al 6,1 por ciento de los ocupados de la región y aporta a la economía regional un 6,7 por ciento de su producto interior bruto. De estos dos datos se deduce una productividad, medida en términos de valor añadido por ocupado, superior a la media regional, detalle éste que se ampliará en el siguiente capítulo. Como algunos otros elementos de referencia podemos citar los siguientes:

- Equivale a la cuarta parte del valor añadido de la potente industria madrileña.

- En su conjunto es más grande que cualquiera de las industrias fuertes de la región, como son las de material de transporte, electrónica y artes gráficas.

- Su aportación, en términos de valor añadido, es parecida a la de todo el comercio minorista de la región.

No hay datos comparables de valor añadido en años anteriores, pero a la luz de otras cifras, en especial las de ocupación, hay fundadas evidencias que permiten afirmar que durante la década de los 80 esta participación al menos se ha duplicado; ésto es, desde el año 80 la participación en el PIB regional[4] ha ascendido de un 3 por ciento aproximadamente hasta el 6,7 actual. No sólo servicios tradicionales que ya se venían prestando a las "empresas" han cobrado un auge extraordinario, como puede ser el caso de la publicidad, la asesoría jurídica o económica, la arquitectura y la ingeniería, sino que han irrumpido sectores prácticamente nuevos en la economía regional y que ahora tienen ya una gran presencia, entre los que cabe citar los casos de los servicios de informática o los de seguridad.

---

[4] Se ha utilizado el dato de la Contabilidad Regional del INE, haciendo una estimación del crecimiento entre el último dato disponible (1988) y el año del análisis (1990).

Las cifras comentadas hasta aquí reflejan la importancia cuantitativa del sector. No obstante hay un aspecto cualitativo que conviene al menos citar, aunque no nos extenderemos al no ser el fin fundamental de este análisis. Muchos de los servicios que se prestan por los productores de este sector eran catalogados hasta hace bien poco de forma residual; ello ha tenido repercusiones en las clasificaciones económicas al uso. Incluso las denominaciones usadas en la literatura, como la de servicios "auxiliares" a la producción ponían de manifiesto este pretendido papel residual. El auge del sector, ligado a las ventajas de las nuevas tecnologías de la información y a los fenómenos de externalización de servicios, lo ha convertido en uno de los estratégicos de la economía. Su gran interrelación con el conjunto de sectores productivos hace que el disponer de una oferta adecuada de este tipo de servicios en un determinado ámbito atraiga la localización de otros establecimientos. Los tradicionales factores de localización que favorecen la implantación de centros productivos en la región (centralidad, capitalidad, mercado, etc.) han sido aprovechados por los oferentes de servicios avanzados para consolidar a Madrid como un gran núcleo especializado en la producción de estos servicios, lo que hoy en día se convierte en un nuevo factor de atracción para la instalación de otros centros productivos, en especial industriales. Esta nueva posición del sector le convierte en uno de los estratégicos del desarrollo económico futuro.

Con todo, las pinceladas que se han dado sobre el conjunto del sector deben quedar completadas con otras que muestren la enorme variabilidad interna que presenta. Por ello, en el próximo capítulo se analizarán las principales variables económicas del sector, prestando especial atención a la dispersión que existe entre las diversas ramas que lo forman. Si en general una labor del analista es resaltar características de síntesis, en este sector más que en otros hay que advertir al lector que no todas las afirmaciones que se están haciendo para los Servicios a empresas en su conjunto son aplicables a cada una de las ramas en las que se ha dividido el estudio. Por ello, también se ha querido dedicar un capítulo en exclusiva, el cuarto, a comentar las características singulares de cada una de ellas.

III. CARACTERISTICAS GENERALES DEL SECTOR

Durante años se ha repetido la frase "Madrid, economía de servicios", propiciada probablemente por la ubicación del grueso de la Administración Central y de muchas sedes sociales de empresas en la Capital, por la utilización de esta última por parte de las empresas extranjeras como base para sus actividades en todo el territorio nacional y por una infravaloración de la industria madrileña en los resultados de algunas operaciones estadísticas. Sin tratar de minusvalorar la importancia de los dos primeros elementos citados, sí hay que señalar, respecto al tercero, que el nacimiento de las Comunidades Autónomas permitió el surgimiento de Oficinas de Estadística con vocación regional, lo que ha permitido estimar con mayor fiabilidad las cifras de la industria regional, madrileña en este caso. A partir de tales estimaciones ha quedado claro el peso importante de la industria en Madrid, tanto en términos comparativos con el resto de España como en relación a su aportación al valor añadido de la región o, incluso, desde la perspectiva de las características propias de la industria local (productividad media más elevada que la del conjunto nacional a pesar de su especialización en actividades de baja productividad, y peso importante de industrias punta)[5].

Este recordatorio tiene como objetivo principal tratar de dibujar una imagen, borrosa todavía en cuanto que no se mencionan cifras, de los principales rasgos de la economía de Madrid. Pero además enlaza directamente con una de las conclusiones más importantes de este estudio: las actividades de servicios a las empresas constituyen un sector fuerte en Madrid porque sirven, en gran parte, a una industria fuerte con la que están cada vez más integradas, de forma que la frontera entre actividad industrial y actividad de servicios que parecía tan nítida hace unos años es cada vez más difusa. Este fenómeno se explica por las siguientes razones:

- El número de tareas de transformación física directa del producto ha disminuido en beneficio de otras antaño menos relevantes o inexistentes, como publicidad, informática, estadística y estudio de mercados, diseño industrial, control de calidad, planificación estratégica, etc., a consecuencia de la incorporación de tecnologías avanzadas a los procesos de producción, de las mayores exigencias en materia de calidad y diseño y de la búsqueda por parte de los demandantes de productos cada vez más ajustados a sus particulares gustos y necesidades.

- El aumento de la competencia interna e internacional ha originado un fuerte movimiento de especialización como forma de reducir costes, lo que se ha traducido en la contratación externa (con el consiguiente auge aparente de las respectivas actividades de servicios) de tareas antes realizadas en el seno de la propia empresa, como asesoría jurídica, contabilidad, asesoría fiscal, gestión administrativa,

---

[5] "Cuentas del Sector Industrial en la Comunidad de Madrid. 1986-1989". Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid.

selección de personal, servicios de vigilancia o limpieza de edificios. Ninguna de estas tareas es nueva en el mundo empresarial. La novedad reside en su externalización.

Para objetivar estas ideas en cifras se van a analizar a continuación las variables más relevantes:

- Número de establecimientos, dimensión media, antigüedad y localización, que mostrarán que los establecimientos del sector son pequeños, recientes y se encuentran mayoritariamente situados en barrios céntricos de Madrid capital.

- Empleo y horas trabajadas, cuyo análisis pondrá de manifiesto la presencia de altas tasas de empleo eventual y de contratación femenina.

- Estructura de la producción, que mostrará la relativa importancia de los consumos intermedios en este sector de servicios.

- Distribución del valor añadido entre sus componentes, productividad y salarios, que evidenciará la existencia de productividades altas en el sector, comparables a las de la industria madrileña.

- Composición del consumo intermedio, cuyo análisis pondrá de manifiesto lo generalizado del recurso a la subcontratación y al arrendamiento de locales, entre otros elementos del coste.

- Y, por último, ingresos y gastos financieros e inversión productiva que muestran la reducida infraestructura empresarial necesaria para operar en estas actividades.

1. Establecimientos: características y localización

Aunque existen grandes diferencias entre las distintas actividades, el establecimiento tipo de servicios a empresas es una oficina relativamente pequeña, donde trabajan unas 18 personas, aunque muchas de ellas realizan su actividad predominantemente fuera del local.

Las oficinas son recientes o cambian frecuentemente de actividad merced a la intensa movilidad del sector (antigüedad media de 8 años). En muchos casos están agrupadas en grandes edificios especialmente diseñados para esta función, que disponen de algunos servicios comunes, y operan mayoritariamente en régimen de alquiler. También es usual la reconversión de viviendas, generalmente amplias y de alto "standing", en oficinas e, incluso, la utilización mixta de la vivienda propia por parte de los profesionales.

Cuadro 2

CONCENTRACION ESPACIAL ABSOLUTA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

(Nº de establecimientos de servicios a empresas en las distintas áreas, ordenadas por importancia)

Municipios		Distritos de Madrid		Barrios de Madrid	
Madrid	4.526	Salamanca	882	Recoletos (Salamanca)	312
Móstoles	40	Chamartín	730	Cuatro Caminos (Tetuán)	276
Alcorcón	31	Chamberí	665	Castillejos (Tetuán)	237
Fuenlabrada	28	Tetuán	596	Almagro (Chamberí)	212
Leganés	27	Centro	535	Castellana (Salamanca)	203
Alcobendas	26	Retiro	270	Nueva España (Chamartín)	186
Alcalá de Henares	25	Moncloa-Aravaca	181	El Viso (Chamartín)	174
Getafe	22	Ciudad Lineal	164	Hispano América (Chamartín)	149
Las Rozas de Madrid	19	Arganzuela	91	Justicia (Centro)	144
Majadahonda	19	Carabanchel	76	Lista (Salamanca)	137
Pozuelo de Alarcón	18	Fuencarral-El Pardo	73	Universidad (Centro)	134
Colmenar Viejo / Tres Cantos	15	Latina	64	Ríos Rosas (Chamberí)	123

En todo caso se sitúan preferentemente en los distritos centrales de Madrid, en particular en los que rodean el Paseo de la Castellana y no tanto en el centro histórico.

Precisamente la preferencia en la ubicación supone una de las características más singulares de los servicios a empresas que, aunque conocida, no ha sido convenientemente cuantificada en la región. A este respecto, hay algunos factores, suficientemente destacados ya por la literatura económica, que actúan a la hora de justificar la alta presencia del sector en la Comunidad de Madrid:

- Proximidad a los centros de decisión política y administrativa.

- Proximidad a los grandes centros de decisión empresarial y financiera.

- Buenas comunicaciones, infraestructuras y servicios, y fácil acceso a las grandes redes de información.

- Posibilidad de captación de personal cualificado.

Sin embargo, si se analiza la ubicación concreta de las oficinas dentro de la Comunidad de Madrid, cobran preponderancia otros factores distintos de los ya citados (que, dadas las pequeñas distancias existentes, son satisfechos en mayor o menor medida por gran parte de los distritos madrileños). En general podría decirse que, a la hora de escoger un lugar determinado, ya no se toman tanto en consideración los factores ligados a la demanda potencial, sino que se atiende a características intrínsecas de la oferta de servicios propia. En especial, opera con intensidad otro elemento más subjetivo, que se concreta en cuestiones de imagen de empresa: nivel de vida de la zona (al menos, en apariencia), modernidad, especialización terciaria y otros elementos definidores del "status" geográfico empresarial. En estos casos el factor precio actúa en sentido inverso a la lógica económica.

De este modo en Madrid se puede observar un modelo de localización muy centralizado en torno al eje de la Castellana. En concreto los establecimientos de servicios a empresas se sitúan prioritariamente en los distritos de Salamanca (barrios de Recoletos y Castellana), Chamartín (Nueva España, El Viso e Hispano-América), Chamberí (Almagro), Tetuán (Cuatro Caminos y Castillejos, siendo este último el de mayor concentración relativa de Madrid y probablemente de España) y más moderadamente en Centro (Justicia, Universidad y, en términos relativos, Sol).

Es especialmente infrecuente la ubicación en los distritos del sur y sureste de la capital (Carabanchel, Latina, Vallecas, Moratalaz, Vicálvaro, Usera y Villaverde) y poco más habitual en el norte y el noreste (Fuencarral, Hortaleza, San Blas y Barajas), observándose una implantación comparativamente importante en los distritos que rodean la "almendra central" (Arganzuela, Ciudad Lineal, Retiro y Moncloa).

Cuadro 3

CONCENTRACION ESPACIAL RELATIVA EN EL MUNICIPIO DE MADRID

(Nº de empleos en servicios a empresas por 10.000 habitantes)

Distritos		Principales barrios	
Centro	476	Palacio	636
		Cortes	751
		Justicia	628
		Universidad	619
		Sol	1.122
Arganzuela	227	Delicias	728
Retiro	296	Jerónimos	1.161
		Niño Jesús	487
Salamanca	722	Recoletos	1.652
		Goya	631
		Guindalera	494
		Lista	757
		Castellana	1.678
Chamartín	903	El Viso	1.477
		Prosperidad	898
		Hispano América	1.027
		Nueva España	1.302
		Castilla	811
Tetuán	949	Cuatro Caminos	1.819
		Castillejos	2.667
Chamberí	620	Arapiles	548
		Trafalgar	597
		Almagro	1.669
		Ríos Rosas	550
		Vallehermoso	399
Fuencarral-El Pardo	57		
Moncloa-Aravaca	228	Argüelles	371
Latina	23		
Carabanchel	49		
Usera	22		
Puente de Vallecas	6		
Moratalaz	11		
Ciudad Lineal	191	San Pascual	616
		Costillares	610
Hortaleza	71		
Villaverde	13		
Villa de Vallecas	11		
Vicálvaro	4		
San Blas	88		
Barajas	140		

Fuentes: Directorio de Servicios a Empresas 1991

Padrón Municipal 1986 (población de derecho).

En relación, pues, a los distritos y municipios periféricos del área metropolitana, hay una oferta de servicios a empresas muy inferior a lo que cabría suponer en relación a la fuerte actividad productiva existente (particularmente del sector industrial) a pesar de la intensa demanda que genera. No hay que deducir, directamente, que se produzca un déficit de oferta de servicios en el llamado cinturón industrial, sino más bien que se crea una "exportación de servicios" desde el eje de la Castellana hacia el exterior.

En definitiva, se trata de un modelo que se podría catalogar como de "explosión central", siendo el número de establecimientos localizados inversamente proporcional a la distancia a la Castellana. Este esquema se vislumbra plenamente en el ámbito de los servicios que cabe denominar "avanzados" mientras que en los más tradicionales se aprecia una dispersión de la oferta algo superior.

Este modelo de localización saca a la luz implícitamente los tres grandes clientes del sector, que son: la Administración Pública, las sedes de las grandes empresas y los centros de decisión financiera, así como las relaciones entre los mismos. No parecen influir, al menos a este nivel de análisis, la ubicación concreta de los grandes polígonos de producción industrial ni los aspectos más relacionados con la ecología o el medio ambiente.

2. Empleo

El sector de Servicios a empresas daba empleo en 1990 a 98.744 personas, lo que equivale al 30,5 por cien del empleo industrial o al 8,3 por cien del empleo total en servicios en el mismo área geográfica. La distribución por actividades de este total es tal que una ojeada al cuadro 4 permite diferenciar dos grandes bloques: siete actividades tienen cifras de empleo que oscilan entre los 9.600 y los 15.000 trabajadores mientras que ninguna de las seis restantes supera los 6.000. Así, poco más de la mitad de las actividades consideradas (Limpieza de edificios, Arquitectura e ingeniería, Seguridad e investigación privada, Asesoramiento jurídico, Asesoramiento económico, Informática y Publicidad) concentran cerca del 83 por ciento del empleo total.

Las horas trabajadas por ocupado y año en el sector fueron 1.726, cifra respecto a la cual las distintas actividades que componen el sector muestran poca variación, si se exceptúa el caso de Limpieza de edificios. Esta última está marcada, desde el punto de vista del empleo, por un elevado grado de eventualidad (42 por ciento), lo que redunda en una baja dedicación laboral, traducida en este caso en 1.533 horas de trabajo por ocupado y año, casi 200 horas menos que la media del sector.

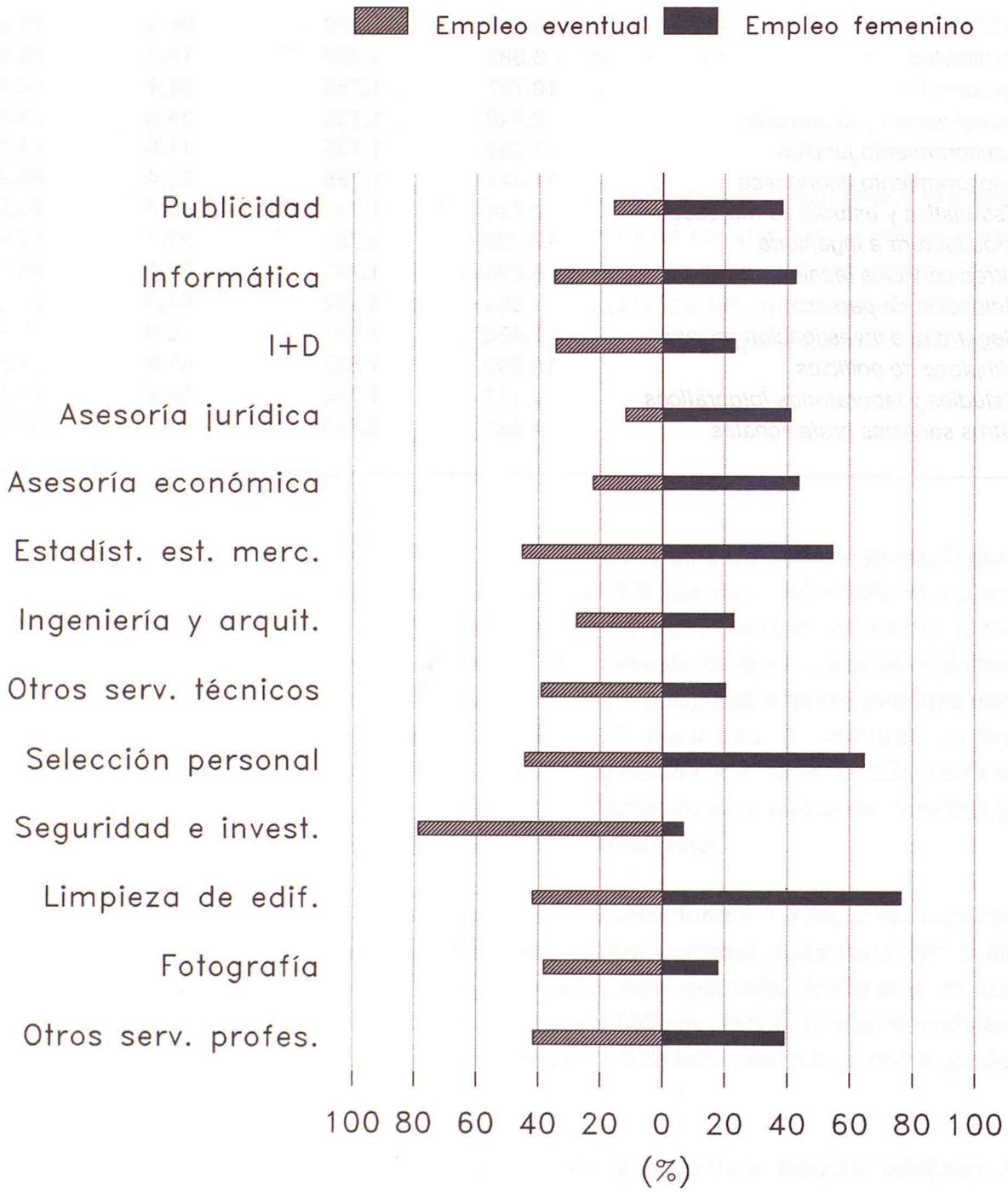
Muy interesantes son los datos que muestra el gráfico adjunto relativos a contratación eventual. La tasa media de ocupación eventual del sector era del 35,2 por cien, siendo así que la del conjunto de la economía madrileña -en el mismo año- era del 15

Cuadro 4

EMPLEO TOTAL, HORAS TRABAJADAS POR OCUPADO Y PARTICIPACION DE EVENTUALES Y MUJERES EN EL TOTAL

	Número de ocupados	Horas trabajadas por ocupado	Eventuales (% respecto al total)	Mujeres (% respecto al total)
TOTAL	98.774	1.726	35,2	38,8
Publicidad	9.583	1.786	15,8	38,5
Informática	10.767	1.755	34,9	42,7
Investigación y desarrollo	2.148	1.732	34,5	23,1
Asesoramiento jurídico	11.130	1.735	11,8	41,1
Asesoramiento económico	11.047	1.756	22,4	43,8
Estadística y estudio de mercados	2.594	1.748	45,3	54,6
Arquitectura e ingeniería	12.735	1.781	27,7	22,9
Otros servicios técnicos	5.896	1.745	39,1	20,3
Selección de personal	960	1.762	44,3	64,8
Seguridad e investigación privada	11.452	1.761	78,9	6,9
Limpieza de edificios	14.890	1.533	41,8	76,5
Estudios y laboratorios fotográficos	1.517	1.785	38,2	18,1
Otros servicios profesionales	4.055	1.752	41,5	39,2

EMPLEO FEMENINO Y EVENTUAL
(porcentaje sobre empleo total)



por ciento aproximadamante. Esta amplia diferencia se explica por el rápido crecimiento del sector, que en cuatro años pasó de 60.000 a 100.000 ocupados y por la juventud de sus empresas, cuya antigüedad media es de 8 años: la conjunción de estos dos factores se traduce en un alto nivel de nuevos empleos que, lógicamente, se han cubierto acogiéndose a las modalidades de contratación eventual establecidas en los últimos años. El fenómeno de la alta eventualidad en el sector se explica también, desde el lado de la demanda, por la variabilidad de ésta para muchos de los servicios solicitados.

Las actividades que recurren menos a la contratación eventual son las de Asesoramiento jurídico, Publicidad, Asesoramiento económico y Arquitectura e ingeniería, mientras que alcanzando la cota máxima figura la actividad de Seguridad e investigación privada, con un 78,9 por ciento de eventuales respecto al empleo total del sector.

Obviamente, como en el resto de los aspectos que se comentan, si se desciende a un detalle más fino en la desagregación de actividades se obtienen cifras más matizadas. Como ejemplo se podría citar el de Informática, donde el 35 por cien de eventuales se explica especialmente por las características de la subactividad de Grabación de datos.

Respecto a la tasa de ocupación femenina en el sector, situada en el 38,8 por cien, se puede señalar que es superior a la que registra la media de la economía madrileña (34 por cien). La mayor presencia femenina en este sector se mantiene incluso si se eliminan del mismo las actividades de Limpieza de edificios, en las cuales el porcentaje de mujeres alcanza el 76,5 por cien.

Aunque no se dispone, en este estudio, de datos por puestos de trabajo, la correlación con las actividades es tan clara que no hace sino confirmar que siguen existiendo profesiones "masculinas", como ingenieros, vigilantes, investigadores, arquitectos, etc. y otras "femeninas" como limpiadoras, entrevistadoras, etc.

3. Estructura de la producción

Como se irá confirmando según se avance en el análisis del sector, los resultados del mismo están marcados primordialmente por las actividades de Publicidad y, en menor medida, por las de Arquitectura e ingeniería. Solamente la Publicidad genera un valor añadido de 110.000 millones de pesetas (lo que representa el 23 por ciento del generado por el total del sector), alcanzando las actividades de Arquitectura e ingeniería una cifra cercana a los 70.000 millones de pesetas de valor añadido (equivalente al 15 por cien del total). Por otra parte el desigual peso de las distintas actividades que configuran lo que se ha definido como Servicios a empresas se pone aún más de manifiesto si en lugar de analizar las cifras de las actividades mayoritarias se observan los rendimientos de las de menor peso: para alcanzar un 10 por ciento del valor añadido total es necesario agregar el generado por cinco actividades (Selección de personal, Estudios y laboratorios fotográficos, Estadística y estudio de mercados, Otros servicios profesionales e

Cuadro 5

PRODUCCION, VALOR AÑADIDO Y CONSUMO INTERMEDIO

Millones pesetas

	Producción a s.f.	VAB a c.f.	Consumos intermedios	VAB/Prod. (1)	Cons. int. / Produc. (1)
TOTAL	866.205	471.952	334.286	58,5	41,5
Publicidad	185.024	109.705	57.197	65,7	34,3
Informática	90.423	48.081	36.937	56,6	43,4
Investigación y desarrollo	26.275	15.130	9.837	60,6	39,4
Asesoramiento jurídico	85.081	57.557	20.461	73,8	26,2
Asesoramiento económico	90.423	49.777	35.453	58,4	41,6
Estadística y estudio de mercados	22.341	10.306	10.632	49,2	50,8
Arquitectura e ingeniería	174.005	69.589	96.153	42,0	58,0
Otros servicios técnicos	57.016	28.649	24.977	53,4	46,6
Selección de personal	8.378	5.086	2.724	65,1	34,9
Seguridad e investigación privada	48.441	32.129	12.609	71,8	28,2
Limpieza de edificios	34.132	26.947	3.901	87,4	12,6
Estudios y laboratorios fotográficos	12.264	5.666	5.894	49,0	51,0
Otros servicios profesionales	32.401	13.331	17.511	43,2	56,8

(1) Participación calculada respecto a la producción "a coste de factores".

Cuadro 6

PRODUCTIVIDAD Y SALARIO

Miles pesetas

	VAB por ocupado	VAB por hora trabajada	Salario por asalariado
TOTAL	4.778,0	2,769	2.515
Publicidad	11.448,0	6,409	3.275
Informática	4.465,5	2,544	2.705
Investigación y desarrollo	7.043,7	3,316	4.718
Asesoramiento jurídico	5.171,3	2,981	2.302
Asesoramiento económico	4.506,0	2,566	2.761
Estadística y estudio de mercados	3.973,0	2,273	2.262
Arquitectura e ingeniería	5.464,4	3,068	3.357
Otros servicios técnicos	4.859,0	2,784	2.656
Selección de personal	5.298,2	3,007	3.700
Seguridad e investigación privada	2.805,5	1,476	2.171
Limpieza de edificios	1.809,7	1,065	1.288
Estudios y laboratorios fotográficos	3.734,7	2,092	1.963
Otros servicios profesionales	3.287,5	1,876	1.763

Investigación y desarrollo).

Desde el punto de vista de la estructura de la producción y por más que haya diferencias notables entre actividades, no deja de sorprender, dadas las ideas convencionales, el peso relativamente importante que tienen los consumos intermedios (compras, arrendamientos, comisiones y subcontratas, publicidad, comunicaciones, etc.) en la producción total de este conjunto de actividades de servicios. Téngase en cuenta que mientras el valor medio de la tasa consumos intermedios/producción ofrecida por este sector, que apenas incorpora "materias primas" (cuadro 5), es de 41,5 por ciento (cifra elevada y que revela el alto nivel de entramado de este sector con otras actividades económicas), la registrada por las actividades industriales de la región de Madrid no supera el 62,2 por ciento en 1989. Pero el significado y las causas de este hecho se analizan más adelante.

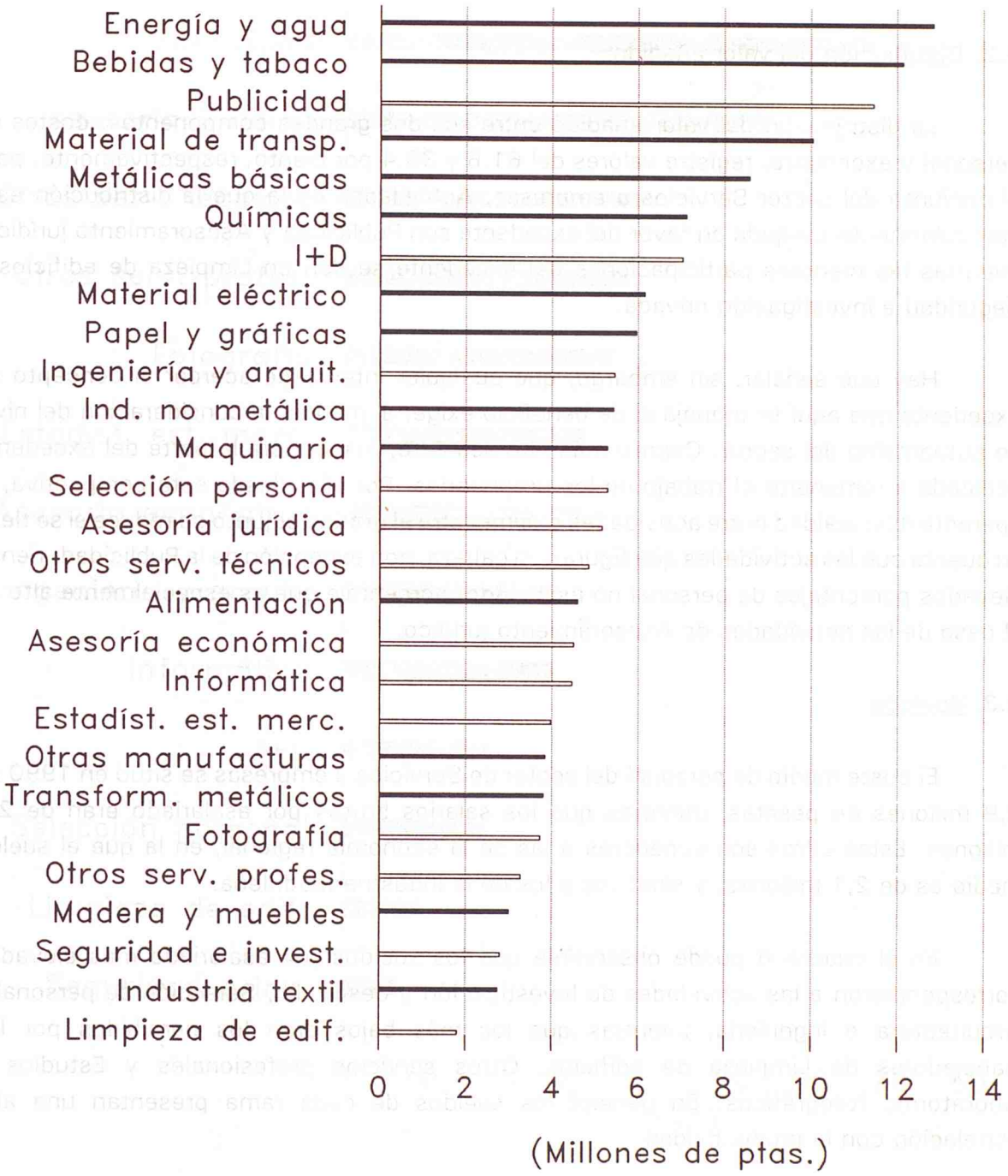
3.1. Productividad

La productividad media del sector de Servicios a empresas (véase el cuadro 6) se situaba en 1990 en torno a los 4,8 millones de pesetas, medida en términos de VAB a coste de factores por ocupado, o 2.800 pesetas si se toma como indicador el VAB por hora trabajada. Las ramas más productivas fueron Publicidad, Investigación y desarrollo, Arquitectura e ingeniería y Selección de personal y las de menor rendimiento Limpieza de edificios, Seguridad e investigación privada, Otros servicios profesionales y Estudios y laboratorios fotográficos.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la productividad del sector es superior a la media regional (4,4 millones de pesetas) e inferior a la de la industria madrileña que, en 1990, se estima fue de 5,8 millones de pesetas. Ahora bien, si en el cálculo de la productividad del sector se eliminan las ramas de Limpieza de edificios, Seguridad e investigación y Estudios y laboratorios fotográficos, la media obtenida resulta más representativa del sector en su conjunto y similar a la industrial. Téngase en cuenta que esta reducción del sector, de trece a diez ramas, no es caprichosa, sino que -como se enuncia más adelante- las actividades de Limpieza y Seguridad constituyen por sí solas un grupo con características peculiares, en cuanto que están muy poco integradas en los procesos de producción y sus niveles tecnológicos y de cualificación laboral son mínimos; algo similar ocurre con la rama de Estudios y laboratorios fotográficos.

Es asimismo destacable que no parezcan existir economías de escala en las actividades de este sector. La productividad de los establecimientos de más de 19 trabajadores es un 15 por cien inferior a la de los más pequeños (datos del sector sin Publicidad) y aún resultaría mayor la diferencia si se pudiera calcular en relación con el estrato definido por un nivel de ocupación situado entre 5 y 19 trabajadores aproximadamente, ya que todos los indicadores apuntan hacia esta dimensión como la que está obteniendo mejores resultados desde la perspectiva que ahora consideramos.

PRODUCTIVIDAD 1990
SERVICIOS A EMPRESAS E INDUSTRIA
(VAB por ocupado)



El gráfico adjunto muestra las posiciones relativas de la Industria y los Servicios a empresas en la región madrileña, en términos de valor añadido por ocupado. Para hacer comparables las cifras de ambos sectores se ha estimado la productividad de la Industria en 1990, a partir de las cifras disponibles para 1989.

Ahora bien ¿qué relación hay entre productividad y remuneración de asalariados? ¿Cómo se resuelve la tensión entre salarios y excedente en la distribución de valor añadido?

3.2. Distribución del valor añadido

La distribución del valor añadido entre sus dos grandes componentes, costes de personal y excedente, registra valores del 61,6 y 38,4 por ciento, respectivamente, para el conjunto del sector Servicios a empresas. Actividades en la que la distribución está particularmente sesgada en favor del excedente son Publicidad y Asesoramiento jurídico, mientras las menores participaciones del excedente se dan en Limpieza de edificios y Seguridad e investigación privada.

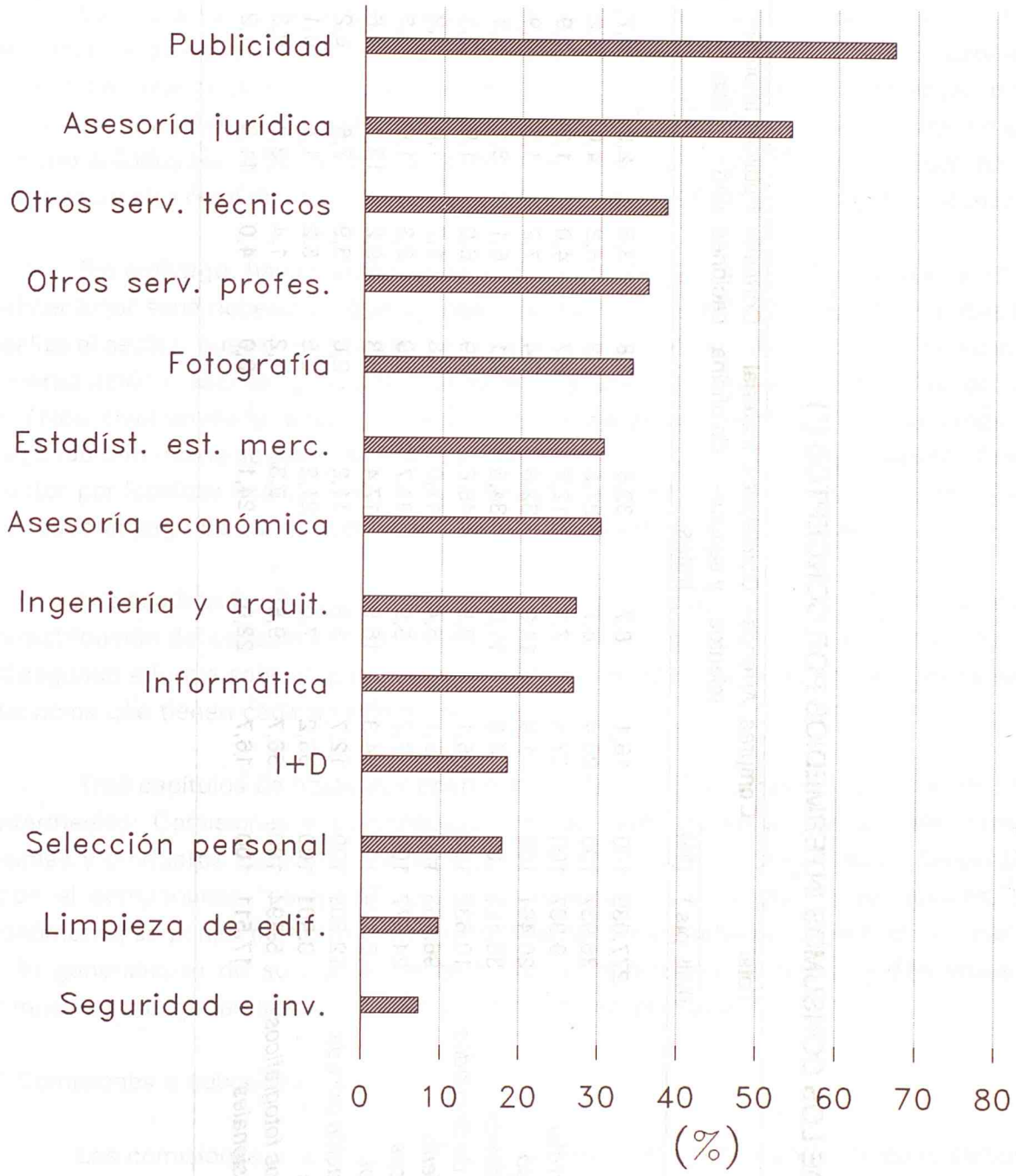
Hay que señalar, sin embargo, que cualquier intento de acercar el concepto de excedente que aquí se maneja al de beneficio exige, al menos, la consideración del nivel de autoempleo del sector. Cuanto más alto sea éste, mayor será la parte del excedente dedicada a remunerar el trabajo de los propietarios. Por ello, desde esta perspectiva, la aparente desigualdad entre actividades que muestra el gráfico adjunto se reduce si se tiene en cuenta que las actividades que figuran en cabeza, con excepción de la Publicidad, tienen elevados porcentajes de personal no asalariado, porcentaje que es especialmente alto en el caso de las actividades de Asesoramiento jurídico.

3.3. Sueldos

El coste medio de personal del sector de Servicios a empresas se situó en 1990 en 2,9 millones de pesetas, mientras que los salarios brutos por asalariado eran de 2,5 millones. Estas cifras son superiores a las de la economía regional, en la que el sueldo medio es de 2,1 millones, y similares a los de la industria madrileña.

En el cuadro 6 puede observarse que los sueldos por asalariado más elevados correspondieron a las actividades de Investigación y desarrollo, Selección de personal y Arquitectura e ingeniería, mientras que los más bajos eran los percibidos por los trabajadores de Limpieza de edificios, Otros servicios profesionales y Estudios y laboratorios fotográficos. En general los sueldos de cada rama presentan una alta correlación con la productividad.

PARTICIPACION DEL EXCEDENTE EN EL VAB



Cuadro 7

DISTRIBUCION DE LOS CONSUMOS INTERMEDIOS POR CONCEPTOS (*)

Porcentajes

	Total (Mill. pts.)	Total (%)	Compras	Arrendamientos	Comisiones y subcontratas	Material de oficina	Comunicaciones	Publicidad	Informática	Otros servicios profesionales	Dietas y transporte del personal	Otros gastos
TOTAL	277.089	100	16,1	8,7	32,5	2,8	3,6	2,9	0,7	6,2	6,0	20,5
Informática	36.937	100	20,4	8,7	27,3	2,2	3,2	4,0	1,2	4,1	4,4	24,5
Investigación y desarrollo	9.837	100	27,4	7,7	12,7	2,7	4,0	1,3	1,9	4,4	7,2	30,5
Asesoramiento jurídico	20.461	100	1,9	14,9	32,6	7,4	7,2	1,2	0,9	9,4	4,5	20,0
Asesoramiento económico	35.453	100	4,5	11,0	34,5	4,1	6,1	3,1	1,1	7,1	6,9	21,5
Estadística y estudio de mercados	10.632	100	5,1	8,5	45,6	2,9	6,0	1,9	2,1	3,3	6,7	18,0
Arquitectura e ingeniería	96.153	100	19,1	5,4	41,0	1,8	1,7	1,0	0,2	7,9	5,7	16,2
Otros servicios técnicos	24.977	100	17,7	5,9	31,7	2,9	2,3	1,6	0,3	4,2	11,1	22,3
Selección de personal	2.724	100	4,3	16,6	17,4	5,8	9,2	13,2	0,6	8,9	10,2	13,9
Seguridad e investigación privada	12.609	100	12,7	3,8	11,2	2,0	3,9	7,6	0,2	5,7	7,2	45,6
Limpieza de edificios	3.901	100	33,2	7,0	21,2	2,5	5,2	1,8	0,1	6,7	6,5	15,7
Estudios y laboratorios fotográficos	5.894	100	56,7	9,5	9,3	1,2	1,4	3,2	0,3	2,2	2,4	13,7
Otros servicios profesionales	17.511	100	16,7	22,0	24,1	2,0	4,0	11,3	1,2	3,2	2,0	13,5

(*) Excluida Publicidad

3.4. Composición del consumo intermedio

Al iniciar el repaso a la estructura productiva de las actividades de Servicios a empresas se adelantaba ya la existencia de requerimientos de inputs relativamente elevados por parte de estas ramas. Siendo la participación del consumo intermedio en la producción total del sector industrial de 62 por ciento, el mismo concepto ofrece un valor del 42 por ciento en el caso de los Servicios a empresas.

La valoración de esta cifra de peso del consumo intermedio en la producción total de Servicios a empresas admite aproximaciones por dos vías distintas. Por una parte está el hecho de que en la producción de servicios no se utilizan, en general, materias primas en sentido estricto, por lo que la importancia de los veinte puntos que separan en este terreno a Industria y Servicios a empresas se reduce considerablemente. Esto parece mostrar un alto nivel de interrelación del sector considerado con el resto de la economía.

Sin embargo, hay dos elementos que matizan la naturaleza de esas relaciones. En primer lugar sería necesario conocer algo más respecto al objeto de las subcontratas que realiza el sector, pues el significado de las mismas varía si con la subcontrata se busca la incorporación al proceso productivo de especialistas en determinadas subactividades o si el único objetivo de la misma es hacer frente a excesos coyunturales de demanda. En segundo término no se puede olvidar que la preferencia mostrada por las empresas de este sector por localizar sus oficinas en los distritos centrales de Madrid tiene un precio, que conduce al pago de cantidades importantes en concepto de arrendamiento.

Los cuadros 7 y 8 ofrecen información a este respecto. El primero de ellos muestra la distribución del consumo intermedio total por tipos de bienes o servicios, mientras que el segundo informa sobre el porcentaje de establecimientos encuestados de cada rama de servicios que tienen cada tipo de gasto.

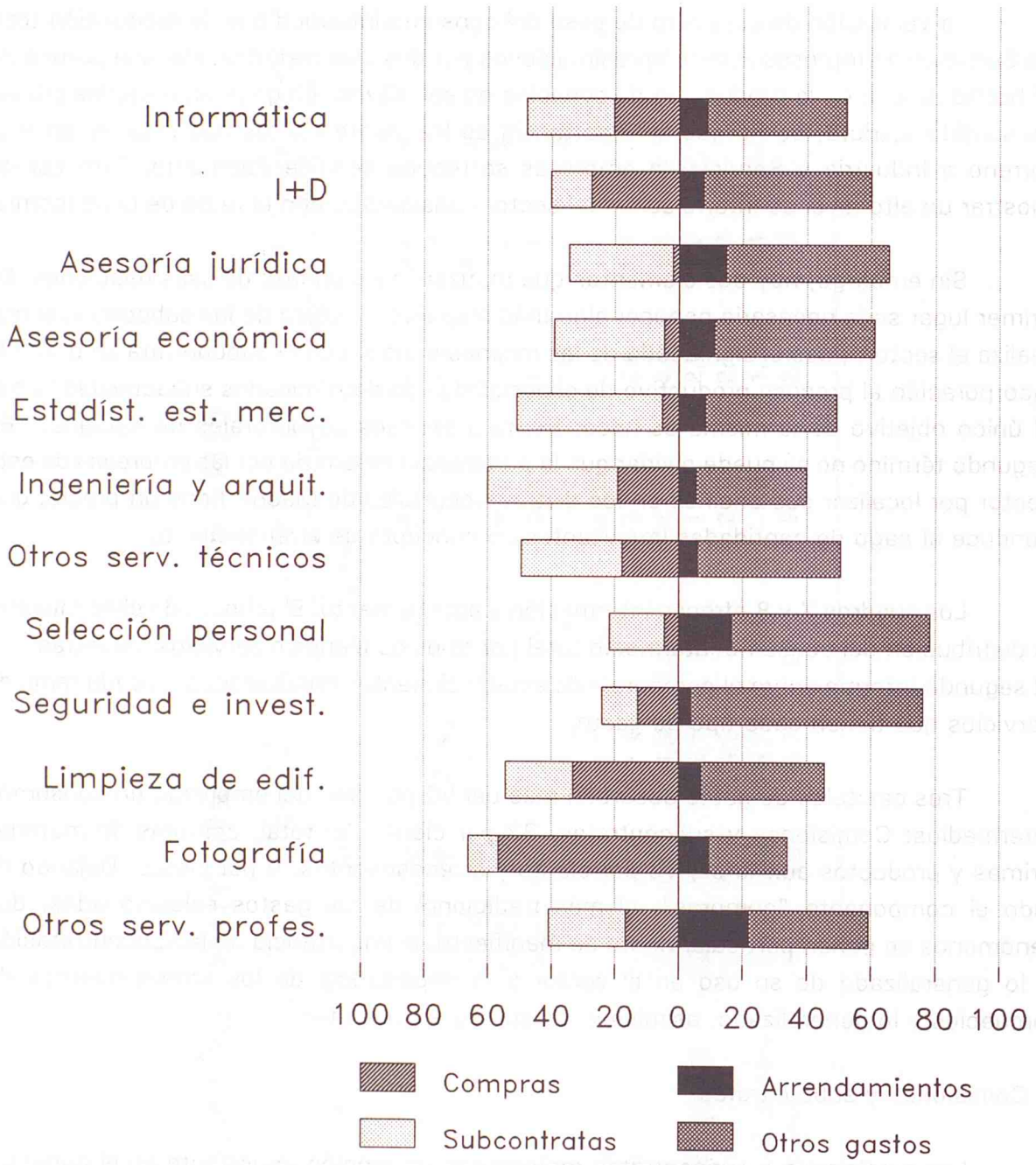
Tres capítulos de gasto absorben más del 50 por cien del empleado en consumos intermedios: Comisiones y subcontratas, 33 por ciento del total; compras de materias primas y productos auxiliares, 16 por ciento y arrendamientos, 9 por ciento. Dejando de lado el componente "compras", el más tradicional de los gastos seleccionados, dos fenómenos se ponen particularmente de manifiesto: la importancia de la subcontratación y lo generalizado de su uso en el sector y la importancia de los arrendamientos de inmuebles y lo generalizado, asimismo, de su uso en el sector.

* Comisiones y subcontratas

Las comisiones y subcontratas representan un renglón importante en el conjunto de gastos intermedios del sector, al alcanzar el 32,5 por cien del total.

Su significado varía de unas actividades a otras, ya que en ocasiones -el caso de

PRINCIPALES CONSUMOS INTERMEDIOS



Publicidad puede ser un ejemplo- los pagos por comisiones y subcontratas responden a la contratación de empresas especializadas en la realización de determinadas tareas del proceso productivo. En otras, en cambio, el recurso a la subcontratación es una forma de responder a demandas que superan a la capacidad de oferta de la empresa y que ésta estima coyunturales.

Si se hace un repaso por actividades, la misma información ofrecida en el cuadro 7 puede captarse de forma más intuitiva en el gráfico adjunto. El gasto en comisiones y subcontratas representa menos del 15 por cien del total de consumos intermedios en Estudios y laboratorios fotográficos, Seguridad e investigación privada e Investigación y desarrollo y más del 40 por ciento de las demandas intermedias totales de Arquitectura e ingeniería y Estadística y estudio de mercados.

Recurriendo al cuadro 8 para completar esta información se observa que, en términos medios, el 58 por ciento de los establecimientos encuestados tenía gastos en comisiones y subcontratas. Pero más interesante es el recorrido por actividades. En la actividad que menos recurre a la subcontratación, Limpieza de edificios, la practicaron en 1990 el 36 por ciento de los establecimientos; pero este porcentaje va subiendo progresivamente, de forma que en ocho de las doce actividades del sector (no hay datos de Publicidad) más del 50 por ciento de las empresas recurrían a este proceso. La mayor extensión del mismo se encuentra entre empresas de Arquitectura e ingeniería, un 84 por ciento de las cuales utilizó este mecanismo en el año de la encuesta, Estadística y estudio de mercados (78 por cien), Investigación y desarrollo (70 por cien) e Informática, con un 65 por ciento de establecimientos encuestados que declararon practicarla.

* Arrendamientos

El segundo elemento característico de la composición del consumo intermedio del sector es el gasto en arrendamiento de locales y oficinas, que representa el 8,7 por ciento del total de inputs intermedios del sector. Esto se debe tanto a lo generalizado del arrendamiento de locales -en detrimento del uso de locales propios- como a la masiva elección de Madrid capital y, más concretamente, de los distritos de Salamanca, Chamartín, Chamberí, Tetuán y Centro, como zonas de localización preferente. Respecto al primer aspecto, generalidad del alquiler de locales, se puede señalar que el 83 por ciento de los establecimientos del sector declaran tener gastos por este concepto, como puede observarse en el cuadro 8.

Son actividades con gasto en arrendamiento de locales superior a la media del sector las de Otros servicios profesionales, que emplean en este concepto el 22 por ciento de sus gastos intermedios y de cuyos establecimientos el 82 por ciento declaran tener arrendados los locales. En Selección de personal el gasto en arrendamiento representa el 16,6 por ciento del gasto total considerado, y existe como tal para el 82 por ciento de los establecimientos encuestados. Asesoramiento jurídico emplea el 14,9 por cien de sus

Cuadro 8

PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS QUE TIENEN GASTOS POR LOS SIGUIENTES CONCEPTOS (*)

	Arrenda-mientos	Comisiones y subcontratas	Publicidad	Informática	Otros servi-cios profe-sionales
TOTAL	83	58	63	13	81
Informática	86	65	69	13	94
Investigación y desarrollo	90	70	80	60	100
Asesoramiento jurídico	71	44	41	12	53
Asesoramiento económico	80	51	48	14	64
Estadística y estudio de mercados	95	78	80	25	88
Arquitectura e ingeniería	85	84	67	15	88
Otros servicios técnicos	85	55	62	9	89
Selección de personal	82	50	73	18	73
Seguridad e investigación privada	80	43	77	6	89
Limpieza de edificios	74	36	64	6	83
Estudios y laboratorios fotográficos	88	48	68	4	88
Otros servicios profesionales	82	51	65	11	82

(*) Excluida Publicidad

gastos intermedios en este concepto, aunque es la actividad en la que el mismo aparece menos extendido (71 por ciento). Y, por último, las actividades de Asesoramiento económico dedican el 11 por ciento de sus gastos corrientes, excluidos los de personal y financieros, al pago de locales y oficinas en alquiler.

En el extremo opuesto, es decir, con un reducido gasto por este concepto, figuran las actividades de Seguridad e investigación privada, que no le dedican sino un 3,8 por ciento, aunque la mayoría de las empresas encuestadas (80 por ciento) declaraba utilizar tales servicios.

* Otros gastos

Aparte del inevitable cajón de sastre representado por "Otros gastos", se puede destacar los dedicados a:

- Pago de dietas y transporte del personal, que en actividades como Otros servicios técnicos y Selección de personal son superiores al 10 por cien del consumo intermedio total y en general representan en torno al 6 por ciento.

- Remuneración de "Otros servicios profesionales", es decir, reprografía, traducciones, gestión de cobros, etc.

- Comunicaciones (teléfono, fax, mensajería, correos, etc.). El gasto medio del sector por este concepto está en torno al 4 por cien, registrando los valores más elevados las actividades de Asesoramiento económico y Estadística y estudio de mercados.

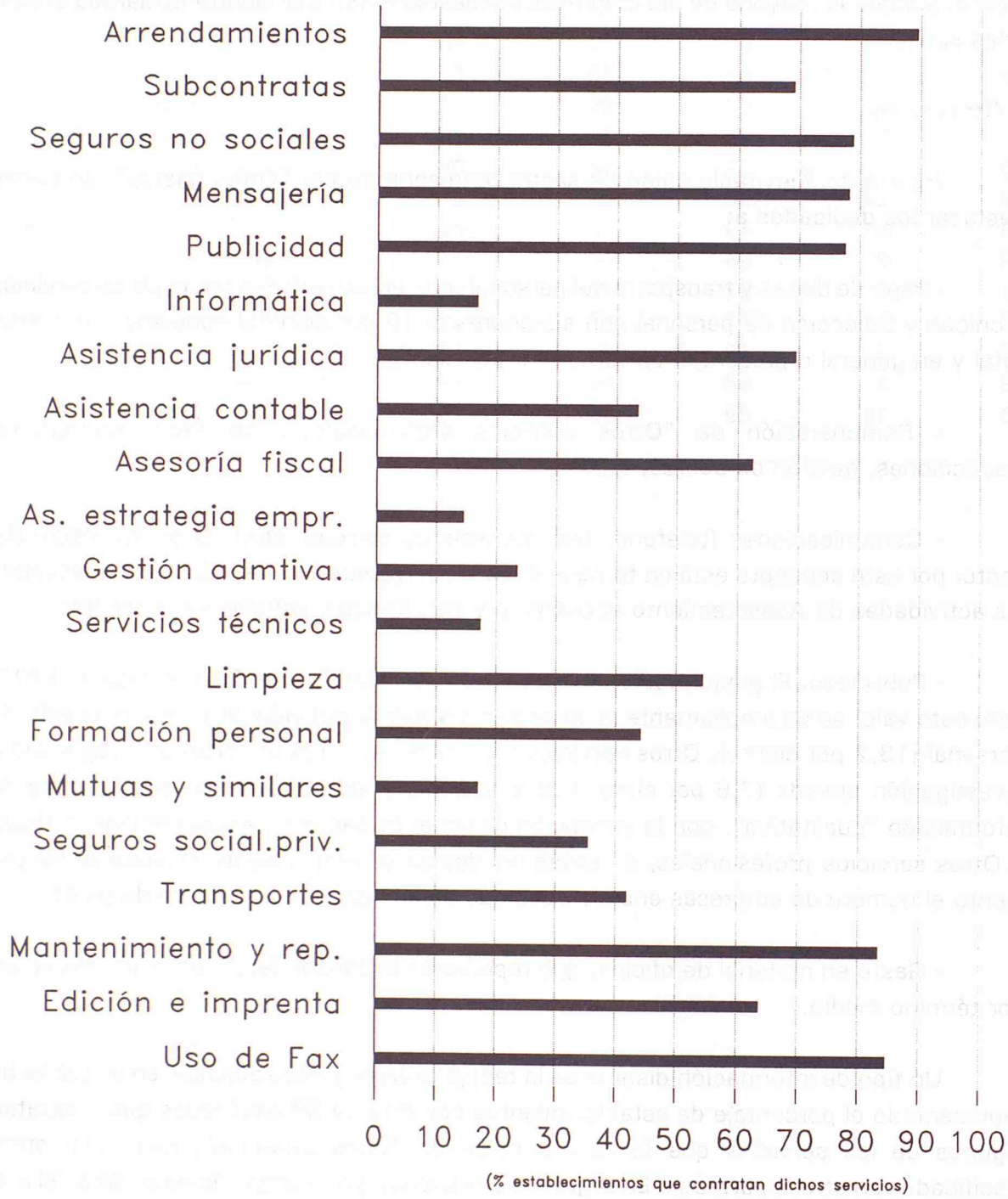
- Publicidad. El gasto medio del sector en publicidad fue del 3 por ciento en 1990, pero este valor se ve ampliamente superado en el caso de actividades como Selección de personal (13,2 por ciento), Otros servicios profesionales (11,3 por ciento) y Seguridad e investigación privada (7,6 por cien). Además, como puede observarse en el cuadro de información "cualitativa", con la excepción de las actividades de Asesoramiento jurídico y Otros servicios profesionales, en todas las demás es ampliamente superior al 50 por ciento el número de empresas encuestadas que dicen incurrir en este tipo de gasto.

- Gasto en material de oficina, que representa alrededor del 3 por ciento del total, por término medio.

Un tipo de información distinta es la recogida en el gráfico adjunto, en el que se ha representado el porcentaje de establecimientos con más de 20 empleados que contratan algunos de los servicios que forman el cajón de "otros servicios", junto con otros clasificados en otros apartados. En el gráfico se observa, por ejemplo, lo extendido del uso del fax y la mensajería como formas de comunicación; la cobertura de riesgos mediante la contratación de seguros, aunque tales riesgos estén vinculados generalmente a medios

UTILIZACION EXTERNA DE CIERTOS SERVICIOS

(ESTABLECIMIENTOS DE 20 Y MAS EMPLEADOS)



Cuadro 9

GASTOS E INGRESOS FINANCIEROS (*)

	Total ventas e ing. por servicios	Ingresos financieros	Gastos financieros	Ing. fin. / Ventas (%)	Gast. fin./ Ventas (%)
TOTAL	604.815	13.025	14.124	2,2	2,3
Informática	78.746	888	2.027	1,1	2,6
Investigación y desarrollo	22.169	1.087	675	4,9	3,0
Asesoramiento jurídico	76.219	614	243	0,8	0,3
Asesoramiento económico	81.692	856	1.402	1,0	1,7
Estadística y estudio de mercados	20.095	449	271	2,2	1,3
Arquitectura e ingeniería	155.680	6.134	3.762	3,9	2,4
Otros servicios técnicos	51.238	314	1.422	0,6	2,8
Selección de personal	7.520	32	93	0,4	1,2
Seguridad e investigación privada	40.861	2.132	3.425	5,2	8,4
Limpieza de edificios	30.485	98	313	0,3	1,0
Estudios y laboratorios fotográficos	10.931	65	155	0,6	1,4
Otros servicios profesionales	29.179	356	336	1,2	1,2

(*) Excluida Publicidad

Cuadro 10

INVERSION BRUTA (*)

Millones pesetas

	% invers. total/ produc.	Total	Edificios y locales	Ordenado- res y simi- lares	Otra maqui- naria y equipo	Reparac. y trabajos para inmov.
TOTAL	3,87	25.464	5.059	8.624	9.131	2.650
Informática	5,50	5.704	770	2.370	1.794	769
Investigación y desarrollo	8,92	2.211	101	352	781	976
Asesoramiento jurídico	3,08	2.356	588	1.263	438	67
Asesoramiento económico	2,13	1.813	200	832	693	88
Estadística y estudio de mercados	5,53	1.113	23	815	275	0
Arquitectura e ingeniería	3,74	6.041	1.729	2.054	1.844	414
Otros servicios técnicos	3,57	1.873	420	401	991	61
Selección de personal	7,36	561	313	64	119	65
Seguridad e investigación privada	2,85	1.328	586	182	544	17
Limpieza de edificios	1,09	332	87	17	219	9
Estudios y laboratorios fotográficos	3,23	355	0	17	287	51
Otros servicios profesionales	6,00	1.778	243	257	1.145	133

(*) Excluida Publicidad

de transporte y mantenimiento de locales, con excepción de las actividades de Seguridad e investigación en las que el aseguramiento de empleados tienen un peso importante.

Es igualmente destacable lo generalizado del uso de servicios del sector por el propio sector, como son los casos de publicidad, asistencia jurídica, fiscal y contable y limpieza.

3.5. Gastos financieros

Aunque no forman parte del consumo intermedio en los términos en que éste es definido por la Contabilidad Nacional, los gastos financieros son con generalidad un componente importante de los costes de funcionamiento de las empresas. Sin embargo en el sector Servicios a empresas sólo representan como media un 2,3 por cien del total de ventas, merced a los escasos requerimientos de inversión y la tendencia a la externalización de funciones. Con todo lo más sorprendente es que los niveles de gastos e ingresos financieros del sector son equivalentes, ya que el porcentaje de ingresos financieros respecto a ventas es del 2,2 por cien. Ello responde probablemente a la mayor capacidad de respuesta de un sector con profesionales cualificados para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado financiero.

4. Inversión productiva

En el sector Servicios a empresas se registran cifras de inversión productiva bajas, lo que muestra la reducida infraestructura necesaria para el desarrollo de este tipo de actividad empresarial. La tasa media de inversión respecto a producción es del 3,9 por cien aunque, como muestra el cuadro 10, hay actividades, como Investigación y desarrollo, Selección de Personal e Informática, que superan ampliamente esa cifra.

Desde otra perspectiva se puede señalar que el sector, Publicidad excluida, invirtió en 1990 cerca de 25.500 millones de pesetas, distribuidos (como muestra el cuadro 10) de la siguiente forma: 5.059 millones (un 20 por ciento del total) en edificios y locales, 8.624 millones (34 por ciento) en ordenadores y similares, 9.131 millones (36 por ciento) en otra maquinaria y equipo y 2.650 millones de pesetas en reparaciones y trabajos para el inmovilizado.

5. Demandantes de los servicios a empresas

La encuesta realizada incluía una pregunta dedicada a la descripción del destino de estos servicios, si bien en grupos agregados, lo que permite presentar una primera aproximación de cuáles son los principales demandantes del sector en la región madrileña.

A pesar de su denominación, las empresas no son los únicos clientes de este sector, pero sí los más importantes. Alrededor del 64% del total de los servicios se prestan

Cuadro 11

DESTINO DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS (*)

Porcentaje de ventas

	Particu-lares	Empresas	Admón. Pública	Ventas a empresas			
				C.Madrid	Resto Esp.	C.E.E.	Resto Mundo
TOTAL	9,88	64,21	25,91	68,44	25,29	2,89	3,38
Informática	6,52	79,08	14,40	73,02	24,16	1,42	1,40
Investigación y desarrollo	2,77	75,39	21,84	85,30	11,81	1,06	1,83
Asesoramiento jurídico	17,04	74,30	8,66	83,50	12,60	3,20	0,70
Asesoramiento económico	16,91	77,29	5,79	61,79	29,74	3,81	4,66
Estadística y estudio de merca	7,52	67,37	25,10	61,12	16,04	16,01	6,83
Arquitectura e ingeniería	5,42	51,66	42,92	56,11	33,95	2,40	7,54
Otros servicios técnicos	14,70	48,78	36,52	64,13	30,95	3,46	1,47
Selección de personal	11,12	82,74	6,15	46,73	35,26	13,22	4,79
Seguridad e investigación priv	8,51	59,32	32,17	70,20	29,44	0,11	0,26
Limpieza de edificios	6,77	46,94	46,28	89,45	10,29	0,26	0,00
Estudios y laboratorios fotográf	21,83	69,32	8,85	87,40	12,60	0,00	0,00
Otros servicios profesionales	13,26	76,75	9,99	82,10	15,62	1,32	0,95

(*) Excluida Publicidad

a empresas. Aunque el estudio no lo investiga, haciendo uso de otras fuentes se puede asegurar que, dentro del sector empresarial, destacan por su consumo de servicios las sedes centrales de grandes empresas de fabricación y distribución, la banca y otros servicios financieros e incluso las propias unidades que prestan servicios a empresas, detectándose un importante reempleo en el sector, que se estructura a través de la subcontratación o de la "externalización" de servicios profesionales. Un número alto de ramas (Publicidad, I+D, Informática, Asesoramiento económico, Selección de personal y Otros servicios profesionales), centran su actividad (en más de un 75%) en prestar servicios al sector empresarial.

Alternativamente, la Administración Pública (en especial la Central) es el otro gran demandante de estos servicios, tanto directamente (26 por cien), como a través de las ayudas a empresas que requieren servicios avanzados. Las actividades en cuyo mercado incide especialmente la Administración son los servicios técnicos (Arquitectura e ingeniería y Otros servicios técnicos) y las de limpieza y seguridad, todas ellas vendiendo más del 30 por cien de sus servicios a este sector institucional.

Marginalmente, los particulares resultan importantes clientes en algunas actividades como el asesoramiento jurídico y económico y la fotografía, representando más del 15 por cien del valor de ventas.

Vistos estos resultados, conviene resaltar el papel del sector terciario como demandante de servicios a empresas que, aunque no existen datos suficientes para avalarlo de manera incuestionable, parece ser un cliente más importante que la propia industria en su conjunto. Si bien este resultado está condicionado por la particular estructura sectorial de la Comunidad de Madrid, es cierto que los servicios tienen la posibilidad de incorporar con mayor rapidez e intensidad buena parte de la tecnología más avanzada de uso general (informática, telecomunicaciones...) o especializada (ofimática, etc.) y su tendencia al consumo externo de servicios intermedios es similar o superior a la del sector secundario, debido a una necesidad más acusada de flexibilidad ante los cambios de coyuntura.

Ahora bien, ésto no supone que no sea la industria, o mejor la fabricación de bienes, la beneficiaria de estos servicios en última instancia, puesto que gran parte de los sectores terciarios consumidores prestan, a su vez, servicios intermedios destinados primordialmente al sector secundario. Confiamos en que futuras investigaciones aporten más luz al respecto.

En cuanto a la localización geográfica de los clientes privados de las empresas madrileñas del sector, el estudio indica que casi el 70 por cien se ubica en la propia Comunidad de Madrid, tanto porque allí se encuentran los grandes centros de decisión, como porque estas actividades requieren contactos continuos con el cliente y, consecuentemente, una localización cercana. Con todo, la cuarta parte de los servicios se destinan

al resto de España, destacando como actividades más extrarregionales, o con mercado nacional, las de publicidad, servicios técnicos y de selección de personal.

Por último se deben destacar las pocas relaciones directas con el extranjero (sólo se pueden señalar como parcialmente internacionales los servicios de estudio de mercados y de selección de personal) debido al idioma, la distinta normativa y la necesidad de cercanía al cliente. La presencia extranjera se estructura a través de sucursales localizadas en España (y con preferencia en Madrid), donde las mayores empresas de las actividades más representativas del sector Servicios a empresas son multinacionales o con fuerte participación extranjera.

6. Ensayo de tipificación de las actividades de servicios a empresas

Si bien es cierto que dentro de las actividades que engloba el sector la heterogeneidad es la norma, se vislumbran ciertas características comunes en varias de ellas, tanto en aspectos económico-productivos como en la función que cumplen como aportadores de servicios intermedios. Los datos obtenidos en este estudio permiten realizar un primer ensayo para establecer tipologías de ramas en función de los diversos elementos investigados, buscando analogías que ayuden a la comprensión y clasificación de este difícil sector de cara al análisis económico.

Para ello ha sido necesario subdividir algunas ramas en especialidades, puesto que presentaban comportamientos muy diferenciados e integrables en distintos grupos. Aún así, todavía subsisten actividades heterogéneas a este nivel pues, en puro rigor, lo verdaderamente tipificable o caracterizable es cada uno de los servicios concretos que se prestan, por lo que una misma unidad productiva puede cumplir funciones (y obtener resultados económicos) muy distintas en cada trabajo en que participa. Con todo, ha sido posible determinar, como primera aproximación, tres grandes grupos de actividades que si bien no son totalmente homogéneas, sí reúnen afinidades claras.

El primer grupo está formado por ramas de alta productividad que se caracterizan principalmente por aportar al sistema tecnología o servicios de organización, gestión y distribución que se califican generalmente como avanzados, aunque existe una clara indefinición de este término. En el nacimiento y crecimiento de estas especialidades no han influido tanto fenómenos de "externalización", sino más bien de nuevas necesidades empresariales de servicios para adaptarse a las condiciones reinantes. Cubren mayoritariamente áreas que hace unas décadas eran inexistentes en las empresas o se satisfacían de manera totalmente diferente. Normalmente presentan un alto contenido tecnológico y una destacada capacitación del personal empleado.

Forman este primer grupo las ramas y subramas de Publicidad, Informática (excepto Registro y procesamiento de datos), Investigación y desarrollo, Arquitectura e ingeniería, Otros servicios técnicos (excepto Topografía y delineación), Auditorías, Asesoría de

dirección y gestión empresarial y Selección de personal. Se han incluido también en este apartado las Notarías y los registros, aunque presentan características más asimilables a determinados servicios públicos, puesto que en cierto modo se puede considerar que cumplen tareas de certificación de contratos no muy diferentes a las de control y garantía de calidad que se dan en otras esferas y, por otro lado, presentan ratios económicos tipificables en este grupo, si bien con ciertas singularidades.

El segundo grupo considerado recoge aquellas actividades que aportan servicios de gestión ordinaria de empresas, generalmente con un contenido tecnológico medio o bajo. Surgieron por la necesidad de externalizar ciertas áreas para evitar gastos fijos y conseguir una mayor especialización de tareas que se realizaban tradicionalmente como parte de la gerencia, control y administración general de las empresas. El empleo en estas actividades presenta un grado de formación medio (variable según el servicio que se presta) más o menos similar al que se observa en estas mismas funciones dentro de la empresa, aunque usualmente más especializado y tecnificado. Forman parte de este grupo, en su mayoría, actividades de asesoramiento empresarial y gestorías, en concreto: Asesorías jurídicas (excepto Notarías y registros), Contabilidad, Asesoría fiscal y gestión tributaria, Gestión administrativa, Estadística y estudio de mercados, Registro y procesamiento de datos, Topografía y delineación y Otros servicios profesionales.

En estos dos primeros grupos hay servicios de corte general (como la publicidad, la informática, el asesoramiento económico, etc.) que se demandan en la mayor parte de las empresas, con independencia de que se realicen interna o externamente, junto con otros (básicamente servicios técnicos) que quedan determinados por la actividad concreta del cliente. Entre ambos tipos hay diferencias significativas, lo que aconsejaría realizar una segunda división, pero para el análisis presente es suficiente la distinción en los dos grupos señalados.

Por último, el tercer grupo incluye aquellas actividades que aportan servicios de mantenimiento, muy poco relacionados con la producción, organización o gestión de la empresa, y que nacieron casi de forma exclusiva por la necesidad de reducir costes fijos. Generalmente operan con un mínimo contenido tecnológico y un bajo nivel de capacitación del personal. Forman parte de esta división las actividades de Limpieza de edificios y de Seguridad e investigación privada.

Resta por clasificar la rama de Estudios y laboratorios fotográficos, que presenta muy pocos puntos de contacto con el resto de las actividades de Servicios a empresas y está más cercana a los servicios personales y recreativos. Esta actividad reúne ciertas características que la relacionan con los servicios técnicos del grupo primero, pero oferta una tarea muy específica (nada generalizable como demanda de empresa) y por otro lado, los ratios económicos con los que opera se acercan más al tercero, lo que indica que aún conserva parte de su carácter de servicio personal tradicional. Ante esta perspectiva, se ha optado por excluirla de la tipología establecida.

Cuadro 12

TIPOLOGIA SECTORIAL. COEFICIENTES SIGNIFICATIVOS

	Total sector	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
V.A.B. a c.f. / ocupados (miles pts.)	4.778	6.699	3.386	2.243
Sueldos / asalariados (miles pts.)	2.515	3.229	2.079	1.669
Consumo intermedio / producción (%)	38,59	39,44	44,16	19,99
Eventuales / ocupados (%)	35,18	22,97	35,31	57,94
Personal en producción / ocupados (%)	75,19	67,17	70,83	93,82

Grupo 1. Publicidad
- Informática
- Investigación y desarrollo
- Arquitectura e ingeniería
- Otros servicios técnicos (excepto Topografía y delineación)
- Auditorías
- Asesoría de dirección y gestión empresarial
- Selección de personal
- Notarías y registros

Grupo 2. Asesorías jurídicas (excepto Notarías y registros)
- Contabilidad
- Asesoría fiscal y gestión tributaria
- Gestión administrativa
- Estadística y estudio de mercados
- Registro y procesamiento de datos
- Topografía y delineación
- Otros servicios profesionales

Grupo 3. Seguridad e investigación privada
- Limpieza de edificios

El cuadro 12 informa de algunos coeficientes significativos obtenidos en este estudio para cada uno de los tres grandes grupos considerados. El primero de ellos, que recoge lo que se podrían denominar "tareas nuevas", se caracteriza por una alta productividad (40% superior a la media del sector), reflejo de su función económica y de la mayor cualificación de su personal. Evidentemente esto repercute en los sueldos (3,2 millones anuales por ocupado) que resultan casi un 30% superiores a los que se dan en el sector como media. Unido a ello, el grupo muestra un porcentaje comparativamente bajo de eventualidad (23%), a pesar de que la movilidad laboral y la juventud de los técnicos son dos de los factores que se observan en la mayoría de las especialidades incluidas. El nivel de consumo intermedio necesario para el desarrollo de las actividades del grupo resulta ligeramente superior al medio del sector debido en parte a la tendencia a la subcontratación pero más, en términos relativos, al resto de los gastos de explotación. Son importantes tanto las compras de materiales (significativamente en los servicios técnicos) como los gastos diversos donde, además de la relevancia que adquieren los alquileres, se detecta un fuerte consumo de servicios profesionales exteriores.

El segundo grupo, que paralelamente podríamos denominar "asesoramiento externalizado", presenta una productividad baja, casi la mitad que el grupo anterior, y sueldos inferiores en un 20% a la media del sector. El porcentaje de eventualidad (35%) es mediano en este marco, aunque muy relevante frente a otras actividades económicas, a lo que hay que unir una presencia importante de profesionales autónomos.

Como ocurría en el grupo primero, e incluso con más intensidad, el nivel relativo de gastos intermedios que soporta es alto, aunque esta vez hay que achacarlo primordialmente a la fuerte tendencia a la subcontratación, sin por ello menospreciar el volumen del resto de los gastos. Son actividades en donde se mantiene una fuerte resistencia al sobredimensionamiento, por temor a una coyuntura cambiante o a un alto volumen de gastos fijos, de ahí que ante demandas crecientes prefieran acudir a la subcontratación. En otras ocasiones es el prestigio personal de algún profesional lo que origina una demanda que no se puede cubrir de manera directa, provocando una subcontratación de todo o parte del trabajo. También es común que esta circunstancia se produzca por una petición de servicios completos por parte del cliente que, dada la especialización del medio, obligue a acudir a servicios externos para satisfacerla en todas sus facetas. En cualquier caso, estos son rasgos generalizables para todas las actividades de servicios a empresas, aunque parecen incidir de manera especial en las consideradas en este grupo.

Un rápido vistazo a los coeficientes que se señalan para el tercero de los grupos establecidos permite percatarse de forma inmediata de que se trata de otro mercado con comportamiento radicalmente diferente a los anteriores.

Frente a él (que puede ser catalogado como de "servicios de mantenimiento") las diferencias entre los dos primeros grupos parecen irrelevantes. En efecto, la productividad

no llega a la mitad de lo que es común en los servicios a empresas y los sueldos no superan en mucho este porcentaje. Por otro lado, cerca del 70% de los ocupados dependen de un contrato eventual, y el empleo se dedica casi en su totalidad a prestar servicios al cliente en su propio local, existiendo una estructura empresarial mínima. Tan es así que aunque los sueldos unitarios son muy bajos, el coste de personal es el único reseñable, sin que se detecten fenómenos significativos de subcontratación o de consumo de servicios externos. No se va a insistir más aquí, puesto que incluye sólo dos actividades muy particulares en las que se profundiza más adelante, pero en conjunto se puede concluir que, tanto por la naturaleza de los servicios que presta, como por los ratios económicos con que opera, se debería clasificar en un apartado diferente al de los servicios a empresas para no distorsionar su análisis. Quizás, aunque su mercado es el sector empresarial y público, sea más preciso incluirlos dentro de los servicios personales tradicionales.

IV. ANALISIS POR ACTIVIDADES

1. Publicidad

Como se indica en epígrafes previos, las principales características económicas de la rama de Publicidad en la región madrileña ya han sido tratadas en un trabajo anterior del Departamento de Estadística referido a 1989[6]. Puesto que en un año los elementos estructurales de la rama no han podido variar de forma sustancial y, por otro lado, los resultados que se presentan en el estudio actual son, de hecho, una puesta al día de los anteriores (basada en información externa no directa y en la investigación ligada al directorio), no parece necesario extenderse en estas cuestiones, y remitimos al lector interesado a la bibliografía correspondiente.

Ahora bien, los datos que han aparecido este año permiten enmarcar de forma mucho más adecuada la actividad de publicidad dentro de los servicios a empresas, así como ponderar su importancia real, sus singularidades y sus puntos de contacto con el resto de ramas. Adicionalmente, la investigación realizada sobre el colectivo ha posibilitado una mejora significativa en la cobertura del directorio de Publicidad, particularmente en alguna de sus subramas, lo que ha originado una nueva estimación de ciertas magnitudes sectoriales. Por otro lado, cosa poco común, en esta actividad existen datos externos y estudios sectoriales muy valiosos, alguno de los cuales ofrece información (aunque parcial) muy actualizada, lo que permite contrastar y ponderar las cifras de la investigación realizada por el Departamento de Estadística y acercar el análisis lo más posible al momento presente. Por consiguiente, centraremos los comentarios de este epígrafe en los aspectos comparativos de mayor trascendencia frente al resto de servicios a empresas y en el seguimiento de la coyuntura actual del mercado publicitario, lo que completará la visión, más centrada en factores estructurales, del estudio anterior.

Según la información de 1990, la Publicidad ocupaba en torno al 10 por cien del empleo del sector Servicios a empresas pero facturaba, en términos brutos, por encima del medio billón de pesetas, si bien, si se descuenta el volumen que se transfiere directamente a los medios de comunicación, la producción equivalente era de 185.000 millones. Esto supone más del 20 por cien de total de los Servicios a empresas, obteniéndose un porcentaje incluso más elevado si se utiliza el valor añadido generado como elemento de comparación. Estos datos sitúan a la Publicidad en el primer puesto en importancia dentro de las ramas que se incluyen en los Servicios a empresas en Madrid.

Un segundo punto de referencia es la relevancia de esta actividad en Madrid dentro del conjunto nacional. Utilizando los datos (parciales) de que se dispone, se puede situar

---

[6] Véase "El Sector Publicidad en la Comunidad de Madrid. Cuentas Económicas y Directorio 1989". Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Mayo 1991, y el folleto "Análisis del Sector de Publicidad en la Comunidad de Madrid", del mismo Departamento, publicado en Julio de 1991, donde se analizan los principales resultados de la operación.

DATOS COMPARATIVOS: PUBLICIDAD

	Rama Publicidad A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	9.583	98.774	9,70
Producción a s. f. (millones ptas.)	185.024	866.205	21,36
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	109.705	471.952	23,24
Tamaño medio (1)	10	18	55,56
Antigüedad media (años)	6	8	75,00
% Personal eventual	15,81	35,18	44,94
% Mujeres	38,47	38,82	99,10
Producción por ocupado (miles ptas.)	19.308	8.770	220,16
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	11.448	4.778	239,60
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	3.275	2.515	130,22
% Subcontratas sobre ventas	n/d	13,55 (3)	
% Compra de ordenadores / ventas	n/d	1,43 (3)	
% Gastos financieros / ventas	n/d	2,34 (3)	
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	n/d	4,12 (3)	
% Ventas a empresas	n/d	64,21 (3)	
% Ventas a la Admón. Pública	n/d	25,91 (3)	
% Ventas en la región	n/d	68,44 (3)	
% Ventas al extranjero	n/d	6,27 (3)	
% Est. localizados en el municipio de Madrid	93,20	91,40	101,97
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamartín Salamanca Tetuán Chamberí Centro	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

a la Comunidad entre el 40-45 por cien del total de la actividad en España, porcentaje muy superior en el segmento de grandes agencias y centrales de compra de medios, donde puede recoger más de las tres cuartas partes del total nacional.

En definitiva, la región madrileña es el núcleo más importante (a gran distancia del resto) en la actividad de publicidad y ésta es la primera dentro del sector Servicios a empresas en la región.

La productividad que obtiene la Publicidad (unos 11,5 millones de valor añadido por ocupado) es realmente notable y se encuentra entre las mayores de todo el espectro económico. Si nos centramos en los Servicios a empresas, es destacadamente la más elevada (duplica ampliamente la media del sector) y un 60% superior a la rama que le sigue (Investigación y desarrollo). Indudablemente, estos datos, que son consecuencia de los precios con que se remuneran sus servicios, informan de la especial trascendencia que tienen hoy día en las empresas la necesidad de darse a conocer, las cuestiones de imagen y, en definitiva, todo lo relacionado con la venta, frente a la preocupación tradicional centrada en los costes y la producción.

Los sueldos que distribuye la Publicidad hay que calificarlos de altos (3,3 millones por asalariado) frente a cualquier actividad terciaria o industrial. Sin embargo, dentro del marco de los Servicios a empresas, si se ponen en relación con la productividad obtenida, son más bien moderados; no superan en más del 30% los salarios medios del sector y se ven sobrepasados por los que se dan como media en otras actividades, como en I+D, Ingeniería y arquitectura o Selección de Personal, a pesar de que éstas tienen productividades muy inferiores.

Tampoco presenta la publicidad una alta incidencia comparativa de costes intermedios, si como tal no se considera el pago a los medios de comunicación, siendo bastante inferiores en términos relativos a la media del sector. Esto es así a pesar de la presencia de ciertos gastos singulares (como los ligados a la elaboración física del anuncio y a la edición de material publicitario) que no se dan en otras actividades, y la especial tendencia al consumo de servicios profesionales externos y a la eliminación de requerimientos de inversiones en infraestructura a través del arrendamiento.

Puesto que proporcionalmente los ingresos son altos y los gastos bajos, los excedentes finales han de ser muy elevados, y así ocurre, generándose un excedente bruto de 73.500 millones (el 40% del total del sector).

Así pues, se ha obtenido la siguiente serie a la hora de ponderar la importancia de la Publicidad dentro de los Servicios a empresas: 10% del empleo, 21% de la producción, 23% del valor añadido y 40% del excedente, lo que, teniendo en cuenta que en publicidad hay poco personal no remunerado y por tanto es pequeño el volumen de rentas mixtas, convierte a esta rama en la más rentable de todas las investigadas y una de las que

consigue mayores beneficios corrientes de toda la economía.

Ya se indicaba en el estudio anterior que la inversión publicitaria en España había crecido de manera explosiva a lo largo de toda la década de los 80 (con cifras por encima del 25% anual) y que incluso continuó elevándose de forma significativa durante 1990, con porcentajes en torno al 22-24%, si bien empezaban a vislumbrarse diversos factores, algunos coyunturales y otros estructurales, que podrían suponer un punto de inflexión hacia la estabilización y consolidación del sector en sus valores presentes. Entre los primeros se señalaban la desaceleración de las economías internacionales y la incertidumbre permanente a partir de la crisis del Golfo, amén de la política de contención del consumo que se estaba produciendo en España, justificada por la política de reducción de la inflación. Sin embargo, resultaban más preocupantes los segundos, al menos en lo que se refiere al mantenimiento futuro de los grandes crecimientos, que indicaban que algo más profundo estaba variando en la publicidad española y que el modelo anterior llegaba a su techo. El mercado había cambiado, haciéndose mucho más complejo, ampliándose las fórmulas y endureciéndose las relaciones con clientes y medios, en un marco de enorme competencia, lo que obligaba a una profunda reorganización del sector.

Pues bien, los datos disponibles para 1991 no hacen sino confirmar todas las previsiones. Si bien el gasto total en publicidad ha podido incrementarse en cifras no muy lejanas al 20%, los ingresos de las grandes agencias no han superado el 10%, lo que supone el crecimiento más bajo de los últimos diez años; casi la cuarta parte de las agencias redujeron su nivel de ingresos y, en general, disminuyó la rentabilidad y no se registró crecimiento alguno en el personal ocupado, reduciéndose en gran medida la movilidad laboral, típica de esta actividad. En Madrid los datos disponibles son algo más positivos (al menos en términos de empleo) pero se puede suponer una evolución paralela.

Entre los motivos que se aducen para esta desaceleración, vuelven a aparecer los de carácter coyuntural, como la crisis internacional, que se hizo patente especialmente a partir del verano, y las consecuencias de la incertidumbre tras la guerra del Golfo. Ambos elementos originaron una reducción importante en los presupuestos de publicidad por parte de los anunciantes.

Ahora bien, parece que han empezado a actuar con mayor incidencia los factores estructurales. Las agencias han visto multiplicada su competencia por múltiples fórmulas alternativas, que además tienden a rebajar precios y porcentajes y ofrecen un amplio abanico de servicios complementarios que, poco a poco, se han ido convirtiendo en imprescindibles para el cliente. Este último empieza a exigir mucho más que los servicios tradicionales y está endureciendo sus condiciones, no tanto en la reducción de márgenes (aunque la tendencia es a la baja, entre otras cosas, por la actuación de las centrales de compra o, incluso, por la negociación directa entre anunciante y medios), sino en asegurar los resultados. Cada vez va siendo más común en el sector la opinión de que la desaceleración no obedece a una coyuntura desfavorable, que puede cambiar a corto o

medio plazo, sino que responde a causas profundas dentro del papel que está jugando la publicidad en el marketing integral (o en el marketing mix, según la jerga del sector). Los crecimientos tan desmesurados de los años 80 no se podían mantener indefinidamente y, al fin, ha terminado la llamada "década prodigiosa". A partir de aquí se esperan crecimientos más en concordancia con los que se dan en los países europeos (5-10% anuales).

A estos factores, que indican una clara maduración del sector, hay que unir el redimensionamiento que se está dando entre las distintas especialidades publicitarias (estudios de diseño, exclusivas, centrales de compras, publicidad directa, agencias de servicios plenos, patrocinio, promoción, imagen, relaciones públicas, etc.) y la estructuración de la rama en grandes grupos multinacionales que especializan sus empresas y diversifican sus servicios. Parece claro que las agencias continúan perdiendo protagonismo en el terreno de la compra de medios[7] (el más rentable del mercado), actividad que están monopolizando las centrales; en efecto, estas últimas han crecido en el año por encima del 15%. Los mismo ocurre con servicios alternativos, como patrocinios o marketing directo, que, aunque aún no se dispone de cifras fiables, parecen haber crecido a buen ritmo en el período.

Ante estas nuevas condiciones, las agencias de publicidad han reaccionado reduciendo gastos superfluos (o no absolutamente necesarios) y, en varios casos, reduciendo sus plantillas, pero no se observan por el momento situaciones críticas en las agencias más significativas. De hecho no se han producido cierres y sí nuevas incorporaciones, aunque estas últimas normalmente aparecen ligadas a un grupo de empresas y se crean por motivos de diversificación y flexibilidad y no tanto por ampliación del mercado.

[7] Una explicación más amplia de este fenómeno puede encontrarse en "Análisis del Sector de Publicidad en la Comunidad de Madrid", pg. 60 y ss.

2. Informática

La Informática es probablemente la actividad más paradigmática de los servicios a empresas, dada la importancia que ha adquirido en los últimos años el tratamiento de la información y la creciente mecanización de procesos y labores. Es, en sí misma, uno de los motores del cambio tecnológico que se está produciendo en las economías post-industriales, tanto en los aspectos de desarrollo de hardware como de software, si bien en este estudio nos vamos a referir exclusivamente al segundo y, dentro él, sólo a los servicios que prestan a terceros las unidades externas especializadas.

Son conocidas las tendencias que determinan al sector en los últimos tiempos: altísima competencia, que contrasta con el oligopolio pasado, aumento brusco de la importancia relativa de los ordenadores personales (y su software) y de las redes frente a los grandes ordenadores (mercado fundamental y casi único en décadas anteriores), aumentos febriles de las prestaciones, potencia y velocidad de los equipos y en menor grado de los programas, demanda creciente de productos estándar, compatibles e integrados y de gran flexibilidad, entornos "amigables" para el usuario, etc., incidiendo todas ellas en un enorme dinamismo empresarial. Ahora bien, constituye una actividad que ha conocido un espectacular crecimiento en los últimos años pero que empieza a mostrar signos de fatiga, detectándose una cierta consolidación al nivel actual, sobre todo en lo que respecta al hardware. Sin embargo esto sólo es así si se limita el estudio al valor monetario de la facturación o de los excedentes, pero no ocurre lo mismo cuando se analiza el volumen de ventas en unidades físicas, que continúa incrementándose a buen ritmo, así como el consumo de Informática que se está generalizando aplicándose a la mayoría de facetas de la vida, en especial a la profesional. Las razones del estancamiento hay que buscarlas en la reducción drástica y acelerada de los precios (por otro lado, muy elevados sobre los de los mercados internacionales), motivada por la durísima competencia del mercado, que ha sido capaz de rebajar el nivel de facturación a pesar de los notables incrementos de consumo. En los servicios de software, el proceso es paralelo aunque mucho menos acentuado.

En términos puros de negocio se puede catalogar a la Informática como sector maduro, que ha ya superado la juventud donde se producen los crecimientos más espectaculares y son posibles beneficios muy altos a muy corto plazo. Sin embargo la incorporación de la Informática, y muy particularmente del software, en la sociedad dista mucho de estar consolidada. Todavía son previsibles grandes crecimientos incluso en las economías más avanzadas y, con más razón, en España donde las cotas de utilización son aún muy bajas en comparación con los países occidentales más avanzados.

Otro de los grandes problemas con el que se enfrentan las sociedades de informática es la proliferación del fraude, que se aduce en ocasiones para justificar el retraso que sufre el desarrollo del software frente al hardware o la rigidez a la baja de los precios de ciertos paquetes. En España parece existir un marco jurídico suficiente de

protección frente al fraude, pero se aplica en contadas ocasiones y resulta muy difícil la inspección. Para luchar contra él, las principales empresas mundiales de software crearon la BSA (Business Software Asociation) que ya está en funcionamiento en España, donde se ve reforzada por la actuación de SEDISI (Asociación Española de Fabricantes de Software). Sin embargo, en el estadio actual no parece factible hacer una valoración razonablemente precisa del fraude.

Aunque se tratan en conjunto, hay que distinguir, al menos, dos grandes líneas de actividad dentro de los servicios informáticos que se consideran en este estudio:

- Grabación y tratamiento de datos, actividad ya con cierta solera y muy consolidada, que indudablemente va incorporando los últimos avances tecnológicos. Esta es la especialización de los llamados centros de cálculo que, de momento, presenta menos dinamismo dentro del grupo, si bien se puede ver afectada de forma radical por los avances en hardware y software que se vislumbran a medio plazo.

- Desarrollo, suministro y edición de software de todo tipo, ya sea estándar o a medida, actividad mucho más dinámica en los últimos tiempos. Dentro de este grupo, a su vez, habría que distinguir, entre otros, tres grandes mercados, que se corresponden con tres tipos de oferta:

  * Un grupo importante de empresas, medianas o grandes, dedicadas fundamentalmente a comercializar software estándar, mayoritariamente desarrollado en el extranjero o adaptado a partir de paquetes importados. La presencia de capital extranjero en este grupo es, evidentemente, muy importante. Suelen extender su actividad hacia el desarrollo de aplicaciones específicas para el cliente, cimentadas sobre el paquete base.

  * Un segundo conjunto formado por empresas grandes, orientadas al desarrollo de software de aplicación para un cliente importante (o para un conjunto reducido de ellos), normalmente participadas por dicho cliente. Usualmente cubren todo el espectro de actividades informáticas (incluso asesoramiento de todo tipo, tratamiento de datos, etc.). Dentro de éstas, por extensión, hay que incluir a las empresas públicas.

  * Pequeñas sociedades dedicadas al desarrollo de aplicaciones para autónomos o PYMES, entre las que se incluyen algunos profesionales independientes.

Además de éstas han ido apareciendo o adquiriendo importancia otras actividades relacionadas, como la gestión de grandes bases y bancos de datos (incluso su explotación comercial) o el mantenimiento y reparación de ordenadores y otro equipo de oficina (que se incluye aquí siempre que no se realice en conjunción con la fabricación o venta de

equipo), que están creciendo a muy buen ritmo y presentan excelentes perspectivas de futuro.

Una vez señaladas estas características generales del sector en España, perfectamente aplicables a Madrid, es el momento de valorar la importancia de esta actividad en la región. Según algunos estudios, Madrid concentra cerca del 50% del empleo nacional y algo más en términos de facturación global, aunque dichas cifras parecen un poco exageradas, toda vez que no existe un estudio completo y comparable del sector en España.

El trabajo del Departamento de Estadística indica que las actividades informáticas que se incluyen en esta rama recogen a unos 11.000 trabajadores en la región, con facturación en torno a los 90.000 millones de pesetas, y generan un valor añadido de 48.000 millones, lo que viene a representar entre el 10 y el 11% del total del sector de Servicios a empresas. Dentro de esta rama la principal especialidad, en términos cuantitativos, es la de desarrollo y suministro de software, seguida a gran distancia del procesamiento de información y gestión de bases de datos.

Los establecimientos son comparativamente grandes (unos 28 empleados de media), aunque varían mucho según los tipos de actividad señalados. El dinamismo de la rama (que se refleja en continuos nacimientos y desapariciones de empresas por cierre, fusión, cambios de denominación, separación de profesionales, ampliaciones con división de empresas por especialización, etc.) origina que la antigüedad media de los establecimientos no supere los cinco años, siendo la actividad más reciente y móvil de las consideradas dentro de los servicios a empresas. Las unidades productivas más grandes son en general las más antiguas, aunque se han dado importantes cambios de denominación y accionariado y se han puesto en marcha algunos establecimientos importantes en los últimos cinco años. El nacimiento de los servicios informáticos independientes en Madrid se produjo en la década de los 70 con la aparición de grandes centros de cálculo, aunque existen antecedentes en la década anterior, pero los crecimientos destacados hay que buscarlos en los 80, e inciden principalmente en la especialidad de desarrollo y suministro de software; el 90% de los establecimientos tienen menos de 10 años y casi el 60% menos de 5.

Los factores de localización de esta rama son similares a los de los Servicios a empresas en general; más del 95% de los establecimientos se encuentran ubicados en el municipio de Madrid, particularmente en los distritos de Tetuán (barrios de Castillejos y Cuatro Caminos), Chamartín (Hispano América y Prosperidad), Chamberí (Almagro) y Salamanca (Recoletos), es decir, ligeramente más al norte de la tónica general, en lo que se podría denominar la "city" de Madrid.

El personal ocupado en esta actividad difiere bastante según la subrama considerada. Se está produciendo una rápida cualificación de la mano de obra que se

DATOS COMPARATIVOS: INFORMATICA

	Rama Informática A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	10.767	98.774	10,90
Producción a s. f. (millones ptas.)	90.423	866.205	10,44
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	48.081	471.952	10,19
Tamaño medio (1)	28	18	155,56
Antigüedad media (años)	5	8	62,50
% Personal eventual	34,88	35,18	99,15
% Mujeres	42,71	38,82	110,02
Producción por ocupado (miles ptas.)	8.398	8.770	95,76
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	4.466	4.778	93,47
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.705	2.515	107,55
% Subcontratas sobre ventas	11,67	13,55 (3)	86,13
% Compra de ordenadores / ventas	3,01	1,43 (3)	210,49
% Gastos financieros / ventas	2,57	2,34 (3)	109,83
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	4,00	4,12 (3)	97,09
% Ventas a empresas	79,08	64,21 (3)	123,16
% Ventas a la Admón. Pública	14,40	25,91 (3)	55,58
% Ventas en la región	73,02	68,44 (3)	106,69
% Ventas al extranjero	2,82	6,27 (3)	44,98
% Est. localizados en el municipio de Madrid	95,14	91,40	104,09
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Tetuán Chamartín Salamanca Chamberí	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

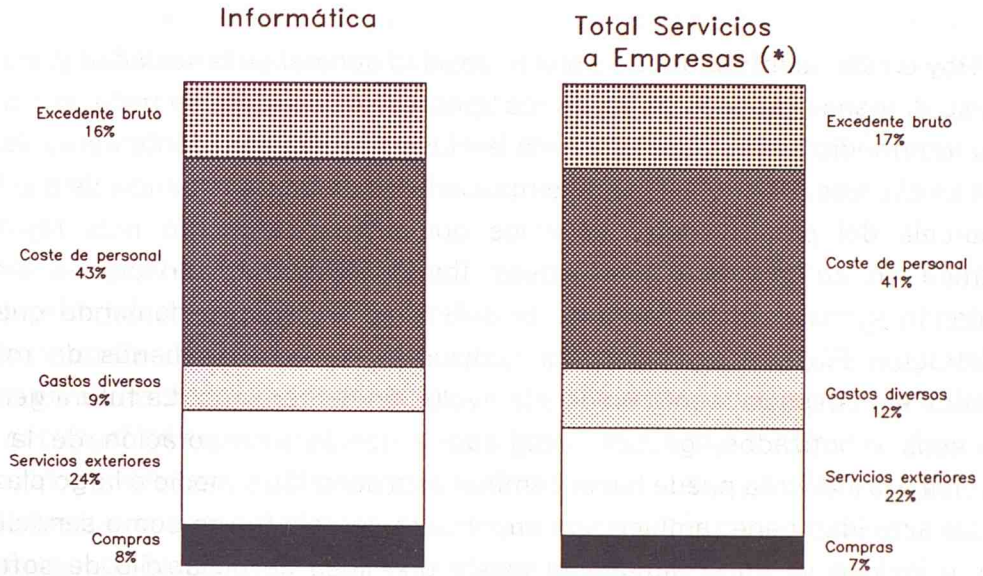
explica fundamentalmente por la ganancia en peso de las funciones de desarrollo de software (principalmente analistas y analistas-programadores) frente a las de grabación y procesado, donde aún persisten situaciones de muy baja formación. Las diferencias entre estas subramas se reflejan en casi todos los factores productivos, entre ellos en la contratación eventual, que se acerca al 50% en los centros de cálculo y no llega al 20% en otras actividades, o en los sueldos medios, que varían entre 1.750.000 pesetas en Registro y procesamiento de datos y más de 3.000.000 pesetas en Desarrollo y suministro de software. El empleo femenino (43%) es algo superior a la media de los Servicios a empresas, aunque, una vez más, se da en las tareas de menores sueldos y mayores porcentajes de eventualidad (70% de mujeres en grabación). Con todo, también se observa que la mujer ha ido paulatinamente ocupando puestos superiores en esta actividad, y ya casi la mitad de los técnicos de consultoría de hardware son mujeres, y, en menor grado, más del 35% del personal del área de producción de desarrollo y suministro de software también lo son. Sin embargo no parece que, por el momento, ésta sea la tónica en lo que se refiere a puestos directivos.

La productividad de la rama es también muy divergente según la especialización de los establecimientos, pero sorprende que los valores medios no destaquen frente a otras actividades de Servicios a empresas (están incluso por debajo de la media). Esto confirma, en cierto modo, la maduración del sector y la fuerte competencia, que se refleja en los ajustes del precio de los servicios, si bien en este resultado influye de manera importante el bajo valor añadido por ocupado que genera la actividad de registro y procesamiento de datos. Curiosamente son las especialidades más marginales en términos de importancia cuantitativa (consultores de hardware, mantenimiento y reparación de ordenadores y otro equipo de oficina), las que presentan productividades más elevadas.

La estructura de costes de la rama en su conjunto no se diferencia significativamente de la media del sector Servicios a empresas, si bien incide algo más en los gastos de personal (principal coste, a gran distancia del resto), las compras de material y los trabajos y servicios exteriores, donde destacan el arrendamiento (al que acude más del 90% de las empresas) y la subcontratación (70%, aunque en términos relativos no es tan destacada como en otras actividades del sector). El consumo de servicios profesionales externos se sitúa en valores medios, aunque en general la tendencia a su utilización es superior que en otras ramas, destacando la publicidad, asistencia jurídica y asesoría fiscal, a los que acuden cerca del 80 por cien de las empresas de un cierto tamaño, siendo también notable en términos relativos el superior uso que hacen de servicios más minoritarios, como la asistencia contable, la gestión administrativa o los más avanzados de asesoramiento en estrategia empresarial, servicios técnicos y formación del personal, aspecto este último muy cuidado en las empresas de Informática.

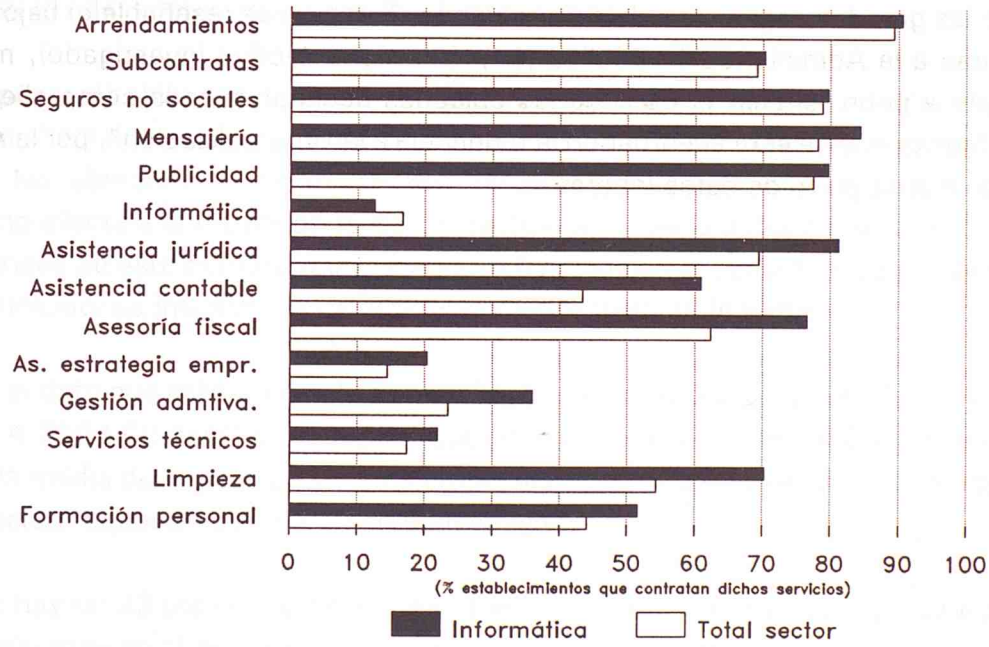
Entre los ingresos destaca la presencia de un porcentaje significativo de ventas por comercio de material informático, que aunque no representa más allá del 5% de los ingresos, se produce (de forma marginal) en casi el 50% de los establecimientos

ESTRUCTURA DE COSTES DE EXPLOTACION
(% sobre producción sin impuestos)



(*) Sin considerar la rama de publicidad

UTILIZACION EXTERNA DE CIERTOS SERVICIOS
(ESTABLECIMIENTOS DE 20 Y MAS EMPLEADOS)



investigados (preferentemente en los pequeños). En ocasiones no se trata más que de soportes para el software y sólo en el 30% de los casos existe constancia de actividad comercial real. En efecto, no es raro que una empresa de software comercialice algún producto material, si bien es más usual que una empresa fabricante o comercializadora de hardware ofrezca servicios de desarrollo de software.

Hoy en día, la Informática es una necesidad general de la sociedad y, consecuentemente, su demanda procede de todos los agentes sociales. No se trata, por tanto, de un servicio intermedio a empresas en forma exclusiva, aunque evidentemente éstas son los principales clientes. Dentro del sector empresarial se da la circunstancia de que ha sido una gran parcela del propio sector servicios quien ha incorporado más rápidamente la informática en su procesos productivos (banca, seguros, servicios a empresas,...) demandando software especializado. Si a ésto se le suma la demanda que genera la Administración Pública, se llega a la conclusión de que, al menos de momento, la informática está especialmente unida a la evolución del terciario. La futura generalización de procesos robotizados, gestión integrada y demás incorporación de la tecnología informática a la industria puede hacer cambiar esta cuestión a medio o largo plazo. Por otro lado, esta actividad tiene también una importante parcela futura como servicio final a las familias e incluso ya en la actualidad existe una línea de desarrollo de software nada desdeñable con ese destino.

Los datos obtenidos en la encuesta indican que el mercado de la rama es más local de lo que se podría suponer. No existe prácticamente exportación al extranjero y más del 73% de la venta de servicios al sector empresarial se realiza en la región, si bien pueden verse beneficiadas el resto, puesto que las sedes centrales de empresa multirregionales son uno de los grandes segmentos de este mercado. También es reseñable el bajo porcentaje de ventas a la Administración Pública (14,4% en el colectivo investigado), menor de lo esperado a priori (si bien el 60% de las unidades declaran tenerla como cliente) lo que puede indicar que se está acentuando la tendencia a la "internalización", por la Administración, de buena parte de estas labores.

3. Investigación y desarrollo

Antes de obtener conclusiones analíticas de este sector de actividad hay que remarcar algunas características metodológicas de los datos que se someten a consideración. Ya se ha hecho hincapié en que no se está midiendo en esta investigación toda la actividad de Servicios a empresas que se realiza en Madrid sino sólo aquella que se efectúa en establecimientos cuya actividad principal es una de las incluidas bajo esa denominación. Por otro lado, este trabajo no mide las actividades de I + D realizadas por la Administración Pública. Estas dos consideraciones son esenciales a la hora de enmarcar correctamente el análisis del sector.

Es sabido que la actividad del sector público es fundamental en este ámbito: la mayor parte del empleo se concentra en él. Además, es habitual en las empresas medianas y grandes la disponibilidad de equipos dedicados específicamente a la investigación, pero que trabajan en el mismo local donde se lleva a cabo la actividad principal de la empresa. Podríamos catalogar de excepcional la decisión de comprar o alquilar un local destinado en exclusiva o principalmente a estas labores investigadoras; a pesar del alza que se está produciendo en los últimos años en el empleo de medios dedicados a I + D, todavía son relativamente pocos los centros privados dedicados específicamente a ello.

En estas circunstancias, la estimación de empleo a partir del Directorio de Establecimientos de la Comunidad de Madrid se cifra en algo más de 2.000 personas, cuando utilizando como referencia la Encuesta sobre actividades de investigación científica y desarrollo tecnológico, cabe cifrar en unas 10.000 las personas que trabajan en labores de este tipo en el sector mercantil de la economía y en 22.000 el total de empleos computando los del sector de Administraciones Públicas.

Así pues, al hablar de establecimientos dedicados específicamente a la Investigación y desarrollo, hablamos de una parte reducida de la actividad total de Investigación y desarrollo. No obstante, el hecho de que la investigación se desarrolle en un local específico no afecta a la mayor parte de los gastos destinados a realizar la investigación. Por ello, aunque se esté considerando una parte reducida de la actividad, se pueden sacar algunas conclusiones interesantes al analizar la estructura de la rama.

Así, el dato que más sobresale es el de los elevados sueldos medios que se reciben. Los más de 4.700.000 pesetas de sueldo bruto medio anual se sitúan un 88 por ciento por encima de la media del sector Servicios a empresas. Sin duda, ésto es debido al alto nivel de cualificación requerido por el personal investigador.

Sólo hay un 23 por ciento de mujeres dentro del personal ocupado, porcentaje que se reduce aún más en el área específica de producción (investigadores).

Respecto a la media del sector, también sobresale el fuerte nivel del gasto bajo el

DATOS COMPARATIVOS: INVESTIGACION Y DESARROLLO

	Rama Investigación y desarrollo A	Total Servicios a empresas B		% A/B
Nº de ocupados en 1990	2.148	98.774		2,17
Producción a s. f. (millones ptas.)	26.275	866.205		3,03
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	15.130	471.952		3,21
Tamaño medio (1)	43	18		238,89
Antigüedad media (años)	3	8		37,50
% Personal eventual	34,50	35,18		98,07
% Mujeres	23,09	38,82		59,48
Producción por ocupado (miles ptas.)	12.232	8.770		139,48
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	7.044	4.778		147,43
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	4.718	2.515		187,59
% Subcontratas sobre ventas	5,14	13,55	(3)	37,93
% Compra de ordenadores / ventas	1,59	1,43	(3)	111,19
% Gastos financieros / ventas	3,04	2,34	(3)	129,91
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	3,12	4,12	(3)	75,73
% Ventas a empresas	75,39	64,21	(3)	117,41
% Ventas a la Admón. Pública	21,84	25,91	(3)	84,29
% Ventas en la región	85,30	68,44	(3)	124,63
% Ventas al extranjero	2,89	6,27	(3)	46,09
% Est. localizados en el municipio de Madrid	86,23	91,40		94,34
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamberí Salamanca Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro		

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

apartado compras; en relación al resto de servicios que se analizan, es lógico que este gasto relativo se dispare por el uso de materias primas, no habituales en el sector, y de materiales de consumo y reposición de elevado precio.

Los establecimientos están algo más dispersos que en otras actividades de servicios, ya que aquí no juegan los mismos factores de localización. Incluso los grandes centros se están desplazando hacia la periferia o al exterior del municipio de Madrid. El tamaño medio de los establecimientos es grande, aunque la dispersión respecto a la media es notable. Y es que entre grandes centros de investigación de grandes empresas y pequeños laboratorios dedicados a fines muy concretos, la gama de actividades y tamaños es muy variada.

La alta productividad que se deduce de los resultados va ligada a la importancia capital de la mano de obra "cualificada" en el producto final. En esta actividad no hay un mecanismo de fijación de precios clásico; el producto ofrecido tiene rentabilidad a medio y largo plazo pero no es susceptible de encontrar, en general, un precio de venta sujeto a leyes de oferta y demanda. Así, la valoración de la producción unas veces se produce por suma de costes incurridos y otras como resultado de un acuerdo entre empresa compradora y vendedora que a menudo forman parte de un mismo grupo de empresas. Así pues, hay que buscar otros indicadores para medir la productividad de este sector. Los datos que se ofrecen en el cuadro adjunto informan exclusivamente del elevado coste que, en relación con los empleados, requiere el sector para funcionar.

4. Asesoramiento jurídico

La rama de Asesoramiento jurídico, que comprende las actividades de Asesoría jurídica y Notarías y registros, está caracterizada por el predominio de los establecimientos pequeños, de 7 trabajadores por término medio. De hecho, en establecimientos de más de 19 trabajadores solamente están empleados el 4 por ciento de los ocupados del sector.

En general los despachos de abogados tienen menos de cinco trabajadores, mientras que la dimensión más frecuente en los de Notarías y registros se sitúa entre los 5 y 19. Sin embargo, el reducido número de personas que, dentro de la actividad de Asesoramiento jurídico, trabajan en establecimientos "grandes", de 20 ó más trabajadores, pertenecen a bufetes de Asesoría jurídica. Esto sitúa a la rama de Asesoramiento jurídico por debajo de la media de ocupación por establecimiento, que en el caso del conjunto del sector se sitúa en los 18 trabajadores.

Como sucede en general en el sector de Servicios a empresas, los establecimientos son jóvenes, ya que su antigüedad media ronda los siete años, y se encuentran mayoritariamente situados en la capital. Sin embargo, desde la perspectiva de la localización espacial, se observa un fenómeno aparentemente contradictorio: mientras que el porcentaje de oficinas y despachos de asesoría jurídica y notarías y registros situados fuera de Madrid capital es superior al de establecimientos del conjunto del sector (18 contra 9 por ciento), los establecimientos ubicados en la capital lo están, en una proporción aún mayor que la media, en dos distritos: Salamanca y Chamberí. Así pues, en esta actividad se produce una mayor dispersión (cercanía al cliente) y una tendencia acusada a la localización en los barrios céntricos "tradicionales" frente a los de desarrollo más moderno.

Desde el punto de vista del empleo, esta actividad se caracteriza por una baja presencia de trabajadores eventuales, particularmente en la subrama de Notarías y registros, y una elevada participación de la mano de obra femenina, ocupada mayoritariamente en el área de administración. La actividad de Asesoramiento jurídico parece ser algo más intensiva en mano de obra que la media de las actividades del sector de Servicios a empresas, ya que con un nivel de ocupación que se sitúa en el 11,3 por ciento del total del sector aporta el 9,8 por ciento de la producción total y, además, los ocupados trabajan un número de horas anuales superior a la media del sector.

La clientela de esta actividad está formada fundamentalmente por empresas (74 por cien) y particulares (17 por cien) y se encuentra predominantemente situada en la misma región de Madrid (84 por cien). Sin embargo, la importancia de la Administración como cliente es muy reducida en comparación con la media del sector.

Un breve repaso a la estructura económica de la rama muestra que en 1990 produjo por valor de algo más de 85.000 millones de pesetas, de los que casi 65.000 estuvieron

DATOS COMPARATIVOS: ASESORAMIENTO JURIDICO

	Rama Asesoramiento jurídico A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	11.130	98.774	11,27
Producción a s. f. (millones ptas.)	85.081	866.205	9,82
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	64.620	471.952	13,69
Tamaño medio (1)	7	18	38,89
Antigüedad media (años)	7	8	87,50
% Personal eventual	11,75	35,18	33,40
% Mujeres	41,07	38,82	105,80
Producción por ocupado (miles ptas.)	7.644	8.770	87,16
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	5.171	4.778	108,23
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.302	2.515	91,53
% Subcontratas sobre ventas	8,05	13,55 (3)	59,41
% Compra de ordenadores / ventas	1,66	1,43 (3)	116,08
% Gastos financieros / ventas	0,32	2,34 (3)	13,68
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	2,85	4,12 (3)	69,17
% Ventas a empresas	74,30	64,21 (3)	115,71
% Ventas a la Admón. Pública	8,66	25,91 (3)	33,42
% Ventas en la región	83,50	68,44 (3)	122,00
% Ventas al extranjero	3,90	6,27 (3)	62,20
% Est. localizados en el municipio de Madrid	81,96	91,40	89,67
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Salamanca Chamberí	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

dedicados a la remuneración de capital y trabajo. El valor añadido por ocupado, 5,2 millones de pesetas, fue superior a la media del sector, mientras que los sueldos por asalariado resultaban inferiores. Ello se explica por el doble motivo de acusada presencia de no asalariados y de dedicación de éstos a las tareas de mayor especialización profesional, lo que relega a los asalariados a los escalones medios y bajos de la escala profesional y salarial.

Los requerimientos de inputs intermedios ligeramente son superiores al 25 por ciento del valor de la producción, porcentaje inferior a la media del sector, y se centran en:

- Comisiones y subcontratas, que representan el 32 por ciento de los consumos intermedios totales. Esta media oculta, sin embargo, desviaciones muy importantes, ya que la subactividad de Notarías y registros no subcontrata prácticamente nada y, en cambio, el gasto en subcontratación se eleva mucho en el caso de los establecimientos de Asesoría jurídica.

- Arrendamientos. El gasto por este concepto representa cerca del 15 por ciento de los consumos intermedios, casi el doble que en el conjunto del sector. No puede ser ajeno a ello la escasa tendencia a la compra de locales unido a la localización preferente de las oficinas en los distritos de Salamanca y Chamberí mencionada anteriormente.

- Otros servicios profesionales (reprografía, traducciones, gestión de cobros, etc.), que representan en torno al 9 por ciento de los consumos intermedios.

- Material de oficina, que absorbe cerca del 7,5 por ciento de los consumos intermedios totales, porcentaje superior a la media del sector (2,8 por cien).

- Comunicaciones, que representan algo más del 7 por ciento del total considerado.

Puede señalarse, por último, que la carga que representan para los servicios de Asesoramiento jurídico los gastos financieros es inferior a la media del sector, probablemente a consecuencia de la existencia de inmovilizados inferiores a los de otras actividades.

A modo de recapitulación se pueden destacar las siguientes características de las actividades de Asesoramiento jurídico:

1. Establecimientos pequeños en términos de empleo.

2. Localizados en un 82 por ciento en Madrid capital y, dentro de ella, en los distritos de Salamanca y Chamberí fundamentalmente.

3. Reducido nivel de trabajadores eventuales y alto nivel de empleo femenino.

4. Clientela formada por empresas (74 por cien) y particulares (17 por cien) situados mayoritariamente en la misma región de Madrid.

5. Productividad superior a la media del sector y sueldos por asalariado inferiores.

6. Requerimientos de inputs intermedios inferiores al 25 por cien de la producción, centrados fundamentalmente en subcontratas (en el caso de las asesorías jurídicas) y arrendamientos de locales y, en menor medida, en el pago de otros servicios profesionales, material de oficina y comunicaciones.

5. Asesoramiento económico

Bajo este título se ha agrupado un gama muy variada de servicios, que a un nivel inferior, se clasifican en cinco subramas: Contabilidad y teneduría de libros, Auditoría y actividades de los censores de cuentas, Asesoramiento fiscal y gestión tributaria, Consulta y asesoramiento sobre dirección y gestión empresarial y Gestión administrativa. A menudo las empresas aquí clasificadas prestan una gama amplia de estos servicios siendo difícil definir su actividad principal de forma precisa. Incluso hay empresas que prestan otro tipo de servicios que quedan fuera del ámbito de esta rama, como por ejemplo los clasificados entre Estadística y estudio de mercados. Se engloban aquí actividades que, dentro de un mundo "joven" como es en general el de servicios a empresas, cabe catalogar de tradicionales. No obstante, alguna de estas actividades tradicionales, como la asesoría fiscal y la auditoría, han cobrado un gran auge en la última década y todas ellas, en general, deben adaptarse a un tipo de demanda que ha cambiado notablemente en los últimos años. Dentro del Asesoramiento económico están algunas de las actividades que antes se "externalizaron", es decir, en las que hace mucho se generalizó el recurso a especialistas externos para cubrir necesidades de gestión administrativa, contabilidad y teneduría de libros, asesoría fiscal, etc. por parte de las empresas.

Cada uno de los servicios de esta amplia gama tiene comportamientos económicos bastante diferenciados. Por eso al final de este apartado se intentará describir cada subrama. No obstante, se van a destacar en primer lugar algunos rasgos que sirvan para caracterizar esta rama de actividad de forma global:

- Es una de las más grandes que se integran dentro de los servicios a empresas, dando empleo a más de 11.000 personas y aportando el 10,5 por ciento del valor añadido del sector servicios a empresas (50.000 millones de pesetas en 1990).

- La productividad, medida en términos de valor añadido por ocupado, resulta un 5,7 por ciento inferior a la media del sector. Esta productividad es mayor en las empresas de mayor tamaño, contrariamente a lo que ocurre como media de los Servicios a empresas.

- Los sueldos por persona resultan un 10 por ciento superiores a la media del sector.

- Esta es una de las ramas que sí justifican la denominación de Servicios a "empresas". Su gran y casi único cliente es la empresa ya que el 77,3 por ciento de la facturación global del sector proviene de ella. La Administración Pública no usa con frecuencia los servicios de esta rama. Sí hay una presencia más que testimonial de la facturación a particulares, provocada por la extensión de la costumbre de confiar la declaración de la renta a un asesor y por la excesiva complejidad de determinados trámites burocráticos que incita a la búsqueda de

DATOS COMPARATIVOS: ASESORAMIENTO ECONOMICO

	Rama Asesoramiento económico A	Total Servicios a empresas B		% A/B
Nº de ocupados en 1990	11.047	98.774		11,18
Producción a s. f. (millones ptas.)	90.423	866.205		10,44
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	49.777	471.952		10,55
Tamaño medio (1)	9	18		50,00
Antigüedad media (años)	9	8		112,50
% Personal eventual	22,41	35,18		63,70
% Mujeres	43,81	38,82		112,85
Producción por ocupado (miles ptas.)	8.185	8.770		93,33
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	4.506	4.778		94,31
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.761	2.515		109,78
% Subcontratas sobre ventas	13,79	13,55	(3)	101,77
% Compra de ordenadores / ventas	1,02	1,43	(3)	71,33
% Gastos financieros / ventas	1,72	2,34	(3)	73,50
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	4,52	4,12	(3)	109,71
% Ventas a empresas	77,29	64,21	(3)	120,37
% Ventas a la Admón. Pública	5,79	25,91	(3)	22,35
% Ventas en la región	61,79	68,44	(3)	90,28
% Ventas al extranjero	8,47	6,27	(3)	135,09
% Est. localizados en el municipio de Madrid	88,81	91,40		97,17
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Salamanca Chamberí Centro Chamartín Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro		

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

gestores especializados. La capacidad para ofrecer servicios especializados, pero sabiendo adaptarse a su vez a una demanda cada vez más exigente y específica, justifica la gran presencia de este sector.

- Es éste un gran sector de empresas pequeñas. La gran ductilidad que se requiere en el ofrecimiento de la mayor parte de los servicios de asesoría económica hace que sobrevivan con éxito en el sector multitud de pequeños y medianos empresarios. Los establecimientos están más dispersos y no juegan tanto como en otras ramas los factores de localización ligados a la imagen y sí otros más clásicos, como la cercanía al cliente. Así la localización en el municipio de Madrid es inferior a la media del sector y, dentro de la capital prevalece la colocación en los distritos del centro histórico (Salamanca, Chamberí, Centro) frente a los nuevos distritos de "negocios" (Tetuán, Chamartín). En algunas subramas, la clientela se busca cerca, en el barrio o en el pueblo, lo que favorece la relativa dispersión del sector.

- Los costes de funcionamiento, además de los de personal, se encuentran, como en la mayor parte del sector, en las subcontratas y los alquileres. La movilidad, ductilidad y la capacidad desarrollada para responder a la demanda cambiante, justifican que éstos sean los gastos predominantes. Frente a los antiguos despachos o bufetes con vocación de solidez y de clientela estable, los nuevos tiempos imponen la existencia de empresas capaces de ofrecer los servicios requeridos o de adquirirlos en el mercado para el cliente.

- De forma consecuente con el tamaño pequeño de las empresas y con el poco boato que acompaña en general al sector, el gasto en publicidad es muy reducido. La eficacia, canalizada a través del contacto directo, supera a la imagen como técnica de captación de demanda.

- Hay una elevada presencia de empleo femenino. Casi el 44 por ciento de los ocupados son mujeres, lo que supone 6 puntos por encima de la media del sector. Por el contrario, la eventualidad es reducida en los contratos.

- Dentro de la tónica escasamente inversora de los servicios a empresas, esta rama lo es especialmente. Apenas dedica un 2,1 por ciento de su producción a la compra de bienes de capital.

Hoy en día, la asesoría no juega sólo el papel tradicional que le corresponde por su tradición y su denominación; al asesor se le pide a menudo que traspase el mundo de los informes y que se implique en la implantación de nuevas técnicas o sistemas dentro de las empresas. No vale, a menudo, ayudar a decidir sino que hay que demostrar que lo propuesto puede ser válido. La empresa y su asesor tienden a confundirse. Esto requiere un incremento en la capacitación del sector y justifica una gran diversificación en la oferta asesora ya que, en la práctica, cada empresa es un mundo distinto.

ALGUNOS INDICADORES DE LAS SUBRAMAS INCLUIDAS EN ASESORAMIENTO ECONOMICO

	Sueldos por ocupado (miles pts.)	Valor añadido por ocupado (miles pts.)	Empleo medio	% Ventas a particulares	% Ventas a empresas
Grupo de sectores "tradicionales"	1.855	2.979	6	23,1	75,9
Contabilidad	1.726	2.556	5	24,4	74,9
Asesoría fiscal	1.903	3.021	7	17,2	81,6
Gestión administrativa	1.831	3.080	6	31,8	67,4
Media rama ASESORAMIENTO ECONOMICO	2.761	4.506	9	16,9	77,3
Media sector SERVICIOS A EMPRESAS	2.515	4.778	18	9,9	64,2
Grupo de sectores "avanzados"	3.558	5.918	21	13,5	78,7
Auditoría	3.117	5.053	40	1,9	91,2
Asesoría de dirección y gestión empresarial	3.821	6.432	9	20,4	71,3

Como ya indicábamos al principio de este apartado, es notable la heterogeneidad en el comportamiento económico de los subsectores integrados en esta rama. Con ánimo sintético, podíamos hacer dos grupos, incluyendo en el primero aquellos servicios que se pueden considerar como más tradicionales, como son los de Contabilidad, Asesoría fiscal y Gestión administrativa. En el segundo integraríamos los dos subsectores que prestan servicios que podemos catalogar de más avanzados, los de Auditoría y Asesoría de dirección y gestión empresarial.

En el cuadro adjunto se aprecia muy bien esta división. Los servicios tradicionales se caracterizan por salarios y productividades bajos, muy por debajo de la media del sector y de la rama. Los establecimientos son pequeños; no sólo el tamaño medio es pequeño en general, sino que casi no hay establecimientos grandes. Un porcentaje alto de la facturación proviene de pagos de particulares (gestión de impuestos de renta y patrimonio y gestión administrativa en general). Además aquí es donde se aprecia una mayor dispersión geográfica de los establecimientos. Sobre todo en la subrama de Contabilidad, la preponderancia del mercado local es casi absoluta; esa mayor dispersión estaría indicando que en estos subsectores sí prima en la localización la cercanía al cliente; o dicho de otra manera, la clientela es predominantemente del mismo barrio o del mismo municipio.

Sin embargo, en Auditoría y Asesoría de dirección y gestión empresarial, las conclusiones son radicalmente diferente. Son subsectores de los más productivos, que emplean a un personal de cualificación media muy elevada y, en consecuencia, se generan retribuciones salariales muy por encima de la media. El sector de Auditoría es de empresas medianas-grandes (en relación al tamaño del sector) y factura a empresas, con presencia testimonial en la facturación de los particulares y de las Administraciones Públicas. El subsector de Asesoría de dirección y gestión empresarial, el que podríamos catalogar de asesoría en sentido estricto, tiene unos parámetros más complicados, en justa correspondencia a una oferta de servicios variada, en constante cambio y adaptación a las características de la demanda. Su alta productividad en términos de valor añadido por ocupado le coloca como uno de los sectores de más vitalidad dentro del denominado terciario avanzado.

6. Estadística y estudio de mercados

Este es uno de los sectores más pequeños del ámbito al que nos estamos refiriendo, pues sólo acoge al 2,6 por ciento de los trabajadores del sector aportando apenas el 2,2 por ciento del valor añadido. No obstante, hay que indicar que las magnitudes de este sector pueden estar algo infravaloradas. Sin duda hay bastante empleo eventual "sumergido" que no habrá aparecido a la hora de elaborar el Directorio y, en consecuencia, puede haber una infravaloración del empleo y, al ser éste la variable utilizada como de elevación en la encuesta, también de todas las otras magnitudes económicas. Aún con todo, el sector seguiría siendo uno de los más "reducidos" dentro de los servicios a empresas.

La productividad, si utilizamos como indicador el valor añadido bruto por ocupado, es baja, un 17 por ciento por debajo de la media de todos los servicios a empresas.

La composición del personal es muy característica. Por un lado, destaca el alto nivel de utilización del empleo eventual y, por otro, la presencia mayoritaria de la mujer en la fuerza de trabajo. Tras ambos hechos está la misma explicación, que afectará también a la peculiar estructura de gastos del sector: una parte importante en el desarrollo del trabajo por parte de las empresas aquí incluidas es la de los denominados trabajos de campo. Cada investigación o estudio requiere con mucha frecuencia la búsqueda de datos directamente a través de investigaciones estadísticas de muy diversos tipos; pero casi todos los tipos tienen en común la utilización masiva de personal para una tarea concreta que se desarrolla en un período de tiempo a menudo limitado (horas, días, a lo sumo algunos meses....). Aunque algunas empresas tengan una estructura fija para responder a los diversos trabajos de campo, todas ellas se ven en la necesidad de realizar numerosas contrataciones eventuales con una gran dosis de flexibilidad. El alto empleo eventual tiene, pues, este motivo. Pero sabido es también que el rendimiento de la mujer en los trabajos estadísticos de campo es, a igualdad de otros factores, superior al del varón; la razón, quizás, hay que encontrarla en la mayor propensión que tiene esta sociedad a depositar confianza en las mujeres a la hora de contestar a las más variadas encuestas. Por ese motivo la mujer no encuentra obstáculos para incorporarse a este sector profesional sino más bien al contrario.

En la estructura de gastos sobresale entre todos los demás un rasgo llamativo: el fuerte nivel de subcontratación. Este fenómeno del amplísimo nivel de subcontratación (más de un 22 por ciento de la facturación total) tiene una explicación clara; si "dibujáramos" el sector, nos encontraríamos con dos segmentos profesionales claramente diferenciados: el de los analistas o técnicos que diseñan un estudio y obtienen las conclusiones analíticas oportunas y el de los profesionales de los trabajos de campo. Como ya hemos dicho, muchos trabajos requieren disponer de una red de campo flexible y capacitada de llevar a cabo trabajos de muy distinta temática y de distinta localización, duración y tamaño. Aunque ello obligue lógicamente a la contratación continua de personal eventual, no todas las empresas están en condiciones de disponer de su propia red de

DATOS COMPARATIVOS: ESTADISTICA Y ESTUDIO DE MERCADOS

	Rama Estadística y est. mercados A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	2.594	98.774	2,63
Producción a s. f. (millones ptas.)	22.341	866.205	2,58
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	10.306	471.952	2,18
Tamaño medio (1)	19	18	105,56
Antigüedad media (años)	7	8	87,50
% Personal eventual	45,26	35,18	128,65
% Mujeres	54,61	38,82	140,67
Producción por ocupado (miles ptas.)	8.613	8.770	98,21
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	3.973	4.778	83,15
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.262	2.515	89,94
% Subcontratas sobre ventas	22,28	13,55 (3)	164,43
% Compra de ordenadores / ventas	4,06	1,43 (3)	283,92
% Gastos financieros / ventas	1,31	2,34 (3)	55,98
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	3,57	4,12 (3)	86,65
% Ventas a empresas	67,37	64,21 (3)	104,92
% Ventas a la Admón. Pública	25,10	25,91 (3)	96,87
% Ventas en la región	61,12	68,44 (3)	89,30
% Ventas al extranjero	22,84	6,27 (3)	364,27
% Est. localizados en el municipio de Madrid	98,56	91,40	107,83
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Salamanca Centro Chamberí Chamartín	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

campo, ni de utilizarla siempre a la medida de las exigencias del cliente. Incluso la segmentación podríamos llevarla al tamaño de las empresas. Las empresas pequeñas estarían formadas fundamentalmente por los que hemos denominado analistas y las grandes integrarían éstos con sus redes de campo. Esta suposición lógica se ve confirmada en los resultados de la investigación, donde si ya el nivel de subcontratación es grande en general, en el tramo de empresas pequeñas (menores de 20 ocupados) llega a un nivel elevadísimo; en este segmento de mercado se gasta más dinero en subcontratar a otras empresas que en salarios. Este fenómeno es, sin duda, analizado desde el punto de vista de la demanda, muy similar al que se produce cada vez con más frecuencia en el conjunto de la economía: el cliente demanda un servicio completo (que en este caso puede llevar aparejado la necesidad de realización de un trabajo de campo) y el oferente se encarga, no tanto de proporcionar con sus propios medios el servicio, como de buscar las piezas necesarias y ofrecerlas convenientemente ensambladas. Así, en la práctica, las empresas pequeñas no entran directamente en competencia con las grandes del mercado sino que, disponiendo a menudo de pocos recursos humanos pero de un aval imprescindible para trabajar en el sector (la imagen de confianza), actúan de "canalizadores" de pedidos hacia otras empresas. No obstante, también funciona, y de forma muy frecuente, la subcontratación entre empresas medianas y grandes del sector.

Este fuerte nivel de los gastos en subcontratas lleva incluso a que el valor añadido bruto suponga un porcentaje relativamente pequeño sobre la producción (un 52,4 por ciento). Otro consumo intermedio que, aunque bajo en términos absolutos, ocupa un papel relativo importante en este sector, es el gasto en comunicaciones. En los últimos años, se ha generalizado el uso del teléfono en las labores de campo, llegándose al surgimiento de un segmento de mercado, cada vez más numeroso, especializado en realización de trabajos de campo exclusivamente telefónicos.

Los sueldos son relativamente bajos. La razón es que el porcentaje alto de empleo eventual está formado por personal de cualificación muy baja en relación a la media del sector; tanto los puestos de agentes-encuestadores como de entrevistadores telefónicos suelen nutrirse en general de personal de escasa cualificación y poca experiencia, que recibe un breve curso de iniciación y es lanzado rápidamente al trabajo. En correspondencia con el bajo nivel de conocimientos requeridos la remuneración es reducida en este colectivo, lo que hace que la media del sector disminuya considerablemente.

Dentro del volumen relativamente bajo que, como ya se ha dicho, ofrece la inversión en los Servicios a empresas, este subsector tiene un gasto relativamente alto, justificado por la necesidad de inverión en equipo informático que un momento como el actual de incremento constante de las prestaciones de los equipos prácticamente impone como estrategia. Este sector encuentra en la informática una herramienta básica, por lo que la inversión en ordenadores (¿o estaremos ya entrando en una época en la que la compra de ordenadores personales deba considerarse un gasto corriente y no de inversión?) es relativamente elevada.

Un análisis de los datos que aporta el Directorio del sector ofrece como características más reseñables la exacerbación de dos de los rasgos generales de todo el sector de Servicios a empresas: la gran juventud del sector (el sesenta por ciento de los establecimientos actuales surgieron en el último quinquenio) y la localización extremadamente centralizada (en los barrios más céntricos de la capital) de los establecimientos.

¿Hacia quién se dirigen los servicios de estas empresas? Se observa una dicotomía según la subactividad que se analice: en el área que hemos denominado de estadística y estudios sociales el cliente principal es, con diferencia, la Administración Pública, a la que facturan el 66 por ciento de sus ingresos totales; esto hay que interpretarlo, sin duda, como un complemento de la labor que se realiza desde la Administración en el mismo ámbito, aunque con fines distintos; la Administración acude a estas empresas para encontrar respuestas rápidas y de calidad a aquellos problemas en los que no puede ofrecer una respuesta rápida dentro de su organización burocratizada. En el área de estudios de mercado, las empresas son los principales clientes (hasta el 74 por ciento de la facturación), siendo reseñable el elevado porcentaje de la facturación, siempre en términos relativos, que se obtiene por la prestación de servicios a empresas del extranjero. Aquí predomina, pues, la demanda que busca respuestas concretas a posibilidades de penetración o ampliación de mercados, satisfacción de determinados productos, etc.

En una frase, se podría describir la rama de Estadística y estudio de mercados como formando un sector joven, de tamaño relativamente pequeño, con predominio de los trabajadores eventuales y de las mujeres, muy articulado mediante el uso masivo de la subcontratación, que remunera poco a sus trabajadores, en especial a los eventuales a los que no exige una gran cualificación, que sustituye a la Administración en la realización de estudios y que ofrece técnicos cualificados a las empresas para informar sobre las posibilidades actuales y futuras en la implantación de todo tipo de mercados.

7. Arquitectura e ingeniería

Esta rama recoge los establecimientos especializados en prestar servicios de ingeniería (tanto civil como industrial) y de arquitectura y urbanismo, para terceros. Ahora bien, no incluye unidades especializadas en ciertos servicios técnicos, como control de calidad, investigación aplicada, prospecciones y estudios geológicos y mineros, diseño industrial y otros, que en muchos casos son realizados por ingenieros y que tienen evidentes puntos de contacto con la rama.

La ingeniería se caracteriza por aportar tecnología y planificación al sistema en lo que se refiere a organización de recursos técnicos (y humanos) y procesos productivos. Esta tarea, si bien no es una necesidad nueva, ha cobrado especial relevancia ante las condiciones actuales de producción y de mercado. Viene a ser la cadena de transmisión de los avances tecnológicos (procedentes de la investigación) y de organización productiva a la empresa y es, por tanto, una actividad avanzada por su propia naturaleza. Esta conexión estrecha con la tecnología afecta también al propio desarrollo de la actividad de ingeniería, que hace uso intensivo de los avances técnicos, en especial aprovechando la potencialidad de cálculo, análisis y ayuda al diseño que aportan los nuevos ordenadores y el software específico. La arquitectura y el urbanismo, desde este punto de vista, se ven afectados por los mismos factores y toman un papel similar.

Aunque no se disponga de información comparable de España en su conjunto, según algunas cifras que se barajan en el sector, la región madrileña puede reunir en torno al 60% del total; en concreto, TECNIBERIA señala que Madrid supone un 70% en términos de empleo y cerca del 55% del total de empresas de un cierto tamaño. Ahora bien, estos datos no son muy significativos desde el punto de vista regional puesto que se refieren al colectivo de empresas que tienen la sede social en Madrid y no a los establecimientos que operan propiamente en el territorio geográfico de la Comunidad, por lo que pueden estar significativamente sobrevalorados.

La rama da empleo a cerca de 13.000 personas en la Comunidad de Madrid (13% del total del sector) y genera en torno al 15% del valor añadido, con cifras de facturación de unos 175.000 millones de pesetas.

Las tareas de ingeniería y arquitectura se vienen realizando desde muy antiguo, pero como actividad económica independiente son muy modernas y se encuadran en el marco de la terciarización de las economías más adelantadas. En España la ingeniería autónoma nace en los años 60, con precedentes en la década anterior, y se ha desarrollado en los dos últimos decenios. Las pautas en la Comunidad de Madrid son similares.

La rama se estructura bipolarmente en empresas de gran tamaño, con servicios multidisciplinarios, y estudios pequeños muy especializados, que colaboran entre sí o con las grandes empresas. Las sociedades de más tradición en España son filiales de firmas

DATOS COMPARATIVOS: ARQUITECTURA E INGENIERIA

	Rama Arquitectura e ingeniería A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	12.735	98.774	12,89
Producción a s. f. (millones ptas.)	174.005	866.205	20,09
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	69.589	471.952	14,74
Tamaño medio (1)	22	18	122,22
Antigüedad media (años)	11	8	137,50
% Personal eventual	27,70	35,18	78,74
% Mujeres	22,38	38,82	57,65
Producción por ocupado (miles ptas.)	13.664	8.770	155,80
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	5.465	4.778	114,38
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	3.357	2.515	133,48
% Subcontratas sobre ventas	22,99	13,55 (3)	169,67
% Compra de ordenadores / ventas	1,32	1,43 (3)	92,31
% Gastos financieros / ventas	2,42	2,34 (3)	103,42
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	5,10	4,12 (3)	123,79
% Ventas a empresas	51,66	64,21 (3)	80,45
% Ventas a la Admón. Pública	42,92	25,91 (3)	165,65
% Ventas en la región	56,11	68,44 (3)	81,98
% Ventas al extranjero	9,94	6,27 (3)	158,53
% Est.localizados en el municipio de Madrid	97,23	91,40	106,38
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamartín Chamberí Tetuán Salamanca	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

multinacionales o tienen carácter público; lo mismo ocurre en Madrid. Por el contrario, el numeroso grupo de empresas pequeñas (entre las que no son raras las unipersonales) surgen y se disuelven con facilidad al ser muy sensibles a los cambios coyunturales.

Esta bipolarización y las diferencias que se observan en estos elementos entre ingeniería y arquitectura, hacen que la media de tamaño y antigüedad que resulta de la rama sea poco significativa. En concreto, el tamaño medio de los establecimientos es de 22 trabajadores, lo cual es una combinación entre los 5 trabajadores medios en los estudios de arquitectura y los 35 en ingenierías. A su vez esta última cifra es un valor ponderado de muchos establecimientos pequeños y algunas grandes empresas. En conjunto, el establecimiento medio de ingeniería es bastante mayor que la media de los servicios a empresas y el de arquitectura mucho menor.

Algo parecido pasa con la antigüedad media, 11 años, bastante elevada para los canones del sector merced a la tradición de algunas empresas (en especial las grandes) que se pusieron en marcha predominantemente en los 60 y 70.

Los patrones de localización en esta actividad coinciden con la tendencia centralizada de los servicios profesionales en general, incluso de forma algo más acentuada, ubicándose el 97% de los establecimientos en el propio municipio de Madrid y, dentro de éste, de forma prioritaria en los distritos de Chamartín (Barrio de Nueva España y El Viso), Chamberí (Almagro), Tetuán (Cuatro Caminos y Castillejos) y Salamanca (Castellana y Recoletos).

Según todas las cifras disponibles, el personal ocupado en esta actividad presenta uno de los mayores niveles de formación, con un alto porcentaje de técnicos superiores, a lo que se une la juventud y la intensa movilidad del empleo. A pesar de esto último, existe menor tendencia a la contratación eventual que en otras ramas (aún así, más del 25% del empleo es eventual). También es muy pequeña la participación del empleo femenino que además se concentra en las labores administrativas; en puestos técnicos, la presencia de la mujer no pasa del 17,5%, siendo aún menor en las empresas grandes. Los sueldos de la rama son altos, un 33% superiores a la media del sector, como corresponde al elevado nivel de capacitación del personal ocupado, y suponen en torno a 3,3 millones de pesetas anuales por asalariado (cifra que habría que multiplicar al menos por 2,5 en los puestos directivos de las empresas importantes).

La estructura de costes del sector queda marcada por la alta tendencia a la subcontratación, obligada por la necesidad de ofrecer servicios completos al cliente y la imposibilidad de contar con la infraestructura y dimensión fija necesarias para ello, lo que convierte a esta rama en una de las de mayor consumo intermedio por unidad de producción. Sin embargo, la subcontratación no es el único factor que explica el superior nivel relativo de gastos externos; es también comparativamente elevado el consumo de materiales necesarios para la actividad y otros gastos de carácter diverso, como el de

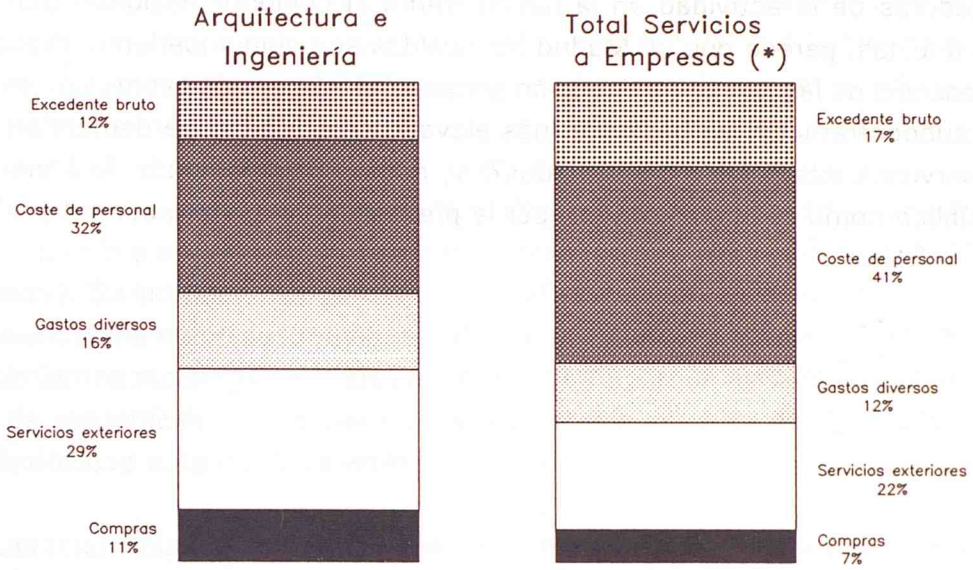
viajes y dietas, alquileres y contratas de servicios profesionales externos. En efecto, la rama tiene una alta tendencia a "externalizar" ciertos servicios en busca de mayor especialización y calidad y para reducir costes fijos. Entre ellos destacan los de publicidad, asesoramiento jurídico y consultoría fiscal, observándose también una mayor incidencia relativa de la contratación de servicios técnicos, de asesoramiento en estrategia empresarial, informáticos (informática de grandes datos o de desarrollo de software específico para la actividad, puesto que el resto de los servicios se han ido "internalizando"), y de formación de personal, todos ellos muy relacionados con los avances técnicos. Ahora bien, esta especial tendencia al consumo intermedio de la rama en Madrid puede estar reforzada por la organización espacial de las grandes empresas en España; en concreto, un alto porcentaje tiene carácter multirregional, localizándose preferentemente la sede social, y por tanto los gastos de dirección y administración general, en la región madrileña. Este factor parece explicar también algunos valores no esperados en las productividades de la rama en la Comunidad. En efecto, la productividad media resultante es alta en términos de facturación por empleado (más de un 50% superior a la media de los servicios a empresas), pero no tan destacada cuando se analiza el valor añadido generado por ocupado (sólo un 15% superior). Si se tiene en cuenta que el personal se retribuye un 33% por encima de la media (normalmente estas dos variables suelen ir muy unidas), puede aventurarse que los establecimientos madrileños, cuando se analizan de manera individualizada, sufren significativamente las consecuencias de ejercer funciones mixtas de sede central y de prestación de servicios a terceros. Un estudio realizado sobre una muestra nacional por el Ministerio de Industria y Energía, en colaboración con el INE[8], parece confirmar esta tesis y ofrece, para lo que denomina servicios técnicos, un porcentaje de consumos intermedios por unidad de producción del 45,4% cuando en Madrid es del 60 por cien.

Como ocurre en la mayoría de las actividades incluidas en los servicios profesionales, en esta rama predominan las empresas con escasa dotación patrimonial, apenas la estructura necesaria para arropar el trabajo (que es su recurso fundamental), acudiendo a la subcontratación, al alquiler y a los servicios exteriores para cubrir el resto de necesidades de infraestructura. De ahí que el nivel de inversión material anual no sea muy destacable (en torno a 6.500 millones en 1990), aunque refleja la rápida incorporación de la informática en la rama (unos 2.000 millones en ordenadores y similares).

El mercado de las ingenierías y estudios de arquitectura tiene carácter nacional, si bien en Madrid incide especialmente en la región donde, por otro lado, se encuentran los grandes centros nacionales de decisión empresarial y pública. En concreto, el 56% de los servicios prestados a empresas se destinan a Madrid y el 34% al resto de España, no siendo tampoco despreciable la facturación al extranjero (casi un 10%). La Administración Pública es el cliente principal en lo que se refiere a ingeniería civil (demandando casi el

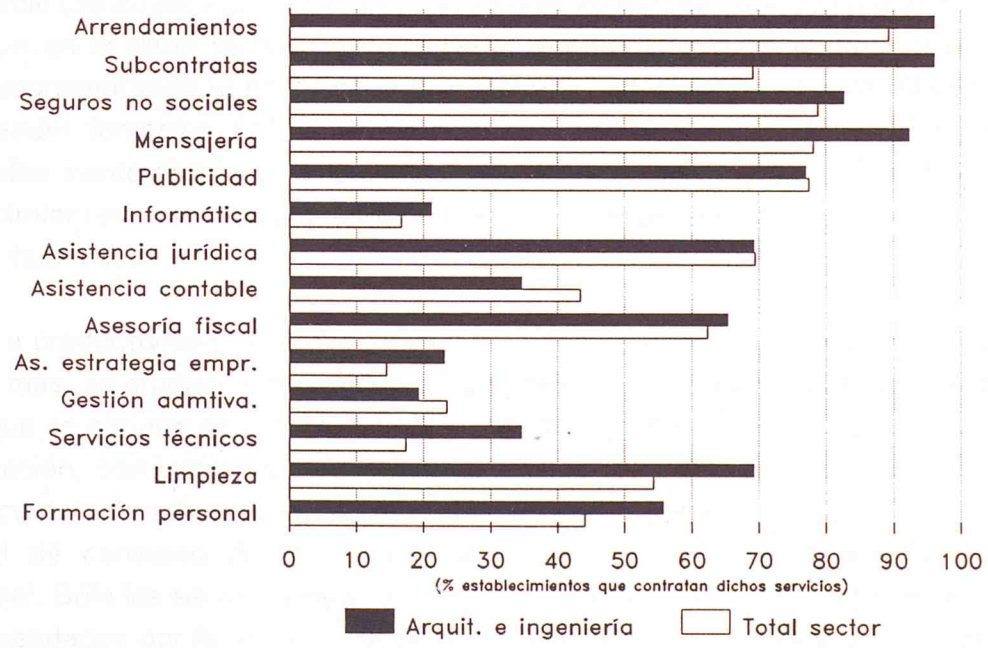
[8] "Estadística de las empresas consultoras de ingenierías y de otros servicios tecnológicos 1988". Ministerio de Industria y Energía. Madrid 1990.

ESTRUCTURA DE COSTES DE EXPLOTACION
(% sobre producción sin impuestos)



(*) Sin considerar la rama de publicidad

UTILIZACION EXTERNA DE CIERTOS SERVICIOS
(ESTABLECIMIENTOS DE 20 Y MAS EMPLEADOS)



43% de los servicios totales de la rama) y el sector industrial lo es en el resto de especialidades.

Por último, aunque las cifras son poco comparables, el estudio del Ministerio de Industria y Energía, citado anteriormente, permite detectar algunas características diferenciadoras de la actividad en la región frente al conjunto nacional. Con todas las reservas debidas, parece que en Madrid los sueldos son algo superiores (probablemente por la presencia de las tareas de dirección general), el número de eventuales es menor, el nivel de subcontratación es bastante más elevado (¿en Madrid se demandan en mayor medida servicios integrales y sofisticados?) y, como era presumible, la importancia del sector público como cliente es mayor, por la presencia del aparato central del Estado.

8. Otros servicios técnicos

Esta rama presenta ciertas características de "cajón de sastre", pues incluye actividades tan dispares como las prospecciones de hidrocarburos o mineras, control de calidad, estudios agrarios, diseño industrial o delineación, pero conserva una cierta homogeneidad y tiene evidentes puntos de contacto con la ingeniería, analizada en el epígrafe anterior. Representa entre el 6 y el 7% del total del sector de Servicios a empresas, dando empleo a unas 6.000 personas y facturando por valor de 57.000 millones de pesetas (cifras de 1990).

Los establecimientos son en general de tamaño mediano, 18 empleados, aunque difieren según la especialización, resultando grandes en control de calidad (45 personas como media). Su antigüedad media roza los 9 años aunque, en paralelo a lo que ocurre en las ingenierías, las empresas mayores son algo anteriores (décadas de los 60 y 70). Los establecimientos recientes son más pequeños, tanto porque evidentemente aún están en periodo de maduración, como por las características actuales del mercado, que exigen mayor flexibilidad ante cambios en la coyuntura.

Las tendencias de localización espacial son similares a las de las ingenierías o a las de los Servicios a empresas en general, ubicándose algo más del 92,5% de los establecimientos en la capital, con preferencia por los distritos de Chamartín, Tetuán, Salamanca, y Chamberí.

El personal ocupado en la rama presenta un alto nivel de capacitación, aunque algo menor que el de las ingenierías, y se observa una tendencia a la contratación eventual más que notable (39%) para una rama técnica. Esto se traduce en sueldos medios bastante más bajos que en la rama paralela de ingeniería, aunque todavía superiores a la media del sector, representando unas 2.650.000 pesetas anuales por asalariado. El porcentaje de participación femenina (20%) es uno de los más reducidos dentro del abanico de actividades contempladas, dándose la circunstancia de que en más del 40% de los establecimientos investigados (el 80% en los más pequeños) no existen mujeres en puestos técnicos.

La productividad de la rama es ligeramente superior a la media del sector aunque, una vez mas, se producen diferencias apreciables según especialidades; destaca por muy alta la que se obtiene en prospecciones y estudios geológicos y por baja la de topografía y delineación, con similares tendencias en los sueldos unitarios. También se observa un alto porcentaje de subcontratación y alquiler en este mercado, aunque la actividad ofrece un nivel de consumo de servicios profesionales externos moderado y de carácter tradicional. Sólo los servicios de publicidad, asistencia jurídica y contable y asesoría fiscal son demandados por la mayoría de las empresas; no se acude de manera especial a los servicios más sofisticados, observándose un consumo sólo mediano de informática, asesoramiento en estrategia empresarial, servicios técnicos o formación de personal.

DATOS COMPARATIVOS: OTROS SERVICIOS TECNICOS

	Rama Otros serv. técnicos A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	5.896	98.774	5,97
Producción a s. f. (millones ptas.)	57.016	866.205	6,58
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	28.649	471.952	6,07
Tamaño medio (1)	18	18	100,00
Antigüedad media (años)	9	8	112,50
% Personal eventual	39,09	35,18	111,11
% Mujeres	20,34	38,82	52,40
Producción por ocupado (miles ptas.)	9.670	8.770	110,26
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	4.859	4.778	101,70
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.656	2.515	105,61
% Subcontratas sobre ventas	14,03	13,55 (3)	103,54
% Compra de ordenadores / ventas	0,78	1,43 (3)	54,55
% Gastos financieros / ventas	2,78	2,34 (3)	118,80
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	2,69	4,12 (3)	65,29
% Ventas a empresas	48,78	64,21 (3)	75,97
% Ventas a la Admón. Pública	36,52	25,91 (3)	140,95
% Ventas en la región	64,13	68,44 (3)	93,70
% Ventas al extranjero	4,96	6,27 (3)	79,11
% Est. localizados en el municipio de Madrid	92,54	91,40	101,25
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamartín Tetuán Salamanca Chamberí	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

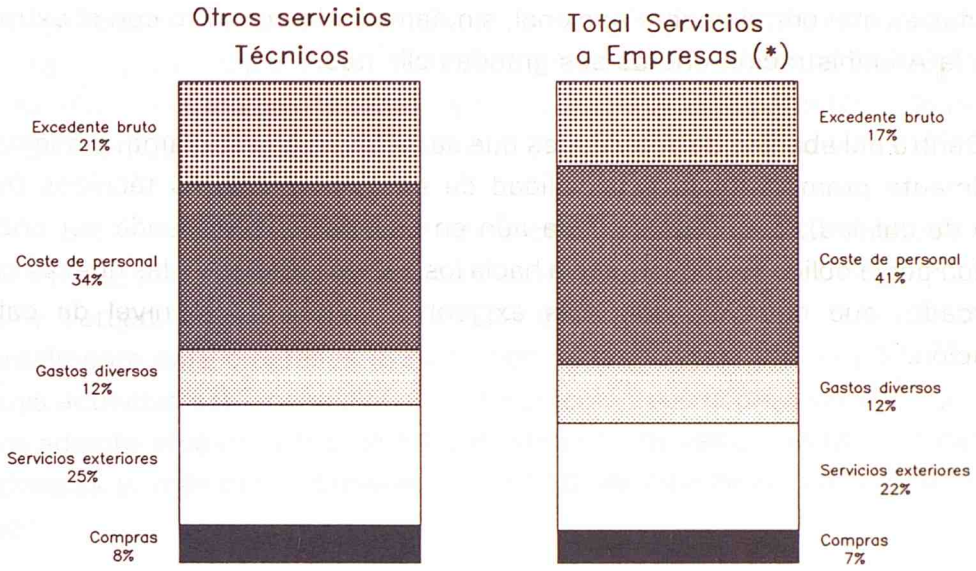
(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

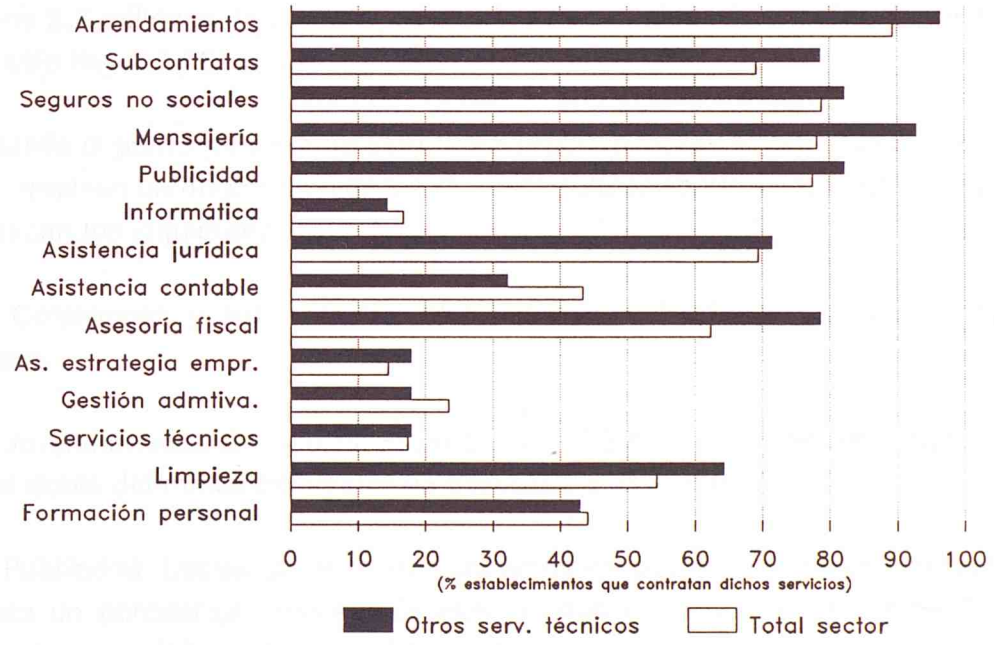
(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

ESTRUCTURA DE COSTES DE EXPLOTACION
(% sobre producción sin impuestos)



(*) Sin considerar la rama de publicidad

UTILIZACION EXTERNA DE CIERTOS SERVICIOS
(ESTABLECIMIENTOS DE 20 Y MAS EMPLEADOS)



La inversión real de la rama es pequeña (unos 2.000 millones en 1.990), ya que tampoco requiere un alto nivel de inmovilizado, y se concreta predominantemente en maquinaria y equipo general.

De forma similar a las ingenierías, si bien menos acentuada, el mercado de estas actividades es mayoritariamente nacional, sin demasiado contacto con el extranjero, y es también la Administración uno de sus grandes clientes.

Dentro del abanico de actividades que se incluyen en esta rama, presenta un futuro especialmente prometedor la especialidad de ensayos y análisis técnicos (o control y garantía de calidad), poco desarrollada aún en España, que se puede ver enormemente favorecida por la obligada convergencia hacia los países europeos y las nuevas condiciones del mercado, que cada día son más exigentes en cuanto al nivel de calidad y su certificación.

9. Selección de personal

Esta es una rama de reducido tamaño, tanto en términos de ocupados como de producción, y bastante homogénea, en cuanto que recoge las actividades de las agencias de investigación de ofertas y demandas de empleo y contratación de personal, gabinetes de psicólogos especializados en selección de personal y la subcontratación de mano de obra para terceros. La ocupación por establecimiento de esta rama es baja, 9 empleados, en comparación con la media del sector, situada en 18, y está caracterizada por una alta presencia de eventuales (44 por cien del total de ocupados) y de mujeres (65 por cien).

La localización de los establecimientos de esta actividad está centrada en Madrid casi totalmente y, más particularmente, en los distritos de Chamartín, Salamanca, Centro, Chamberí y Tetuán. Desde el punto de vista de la clientela, es una rama que trabaja fundamentalmente para empresas (83 por cien de las ventas) y para particulares (9 por cien) y cuya actividad está menos vinculada a la región que la media del sector. Las cifras del cuadro adjunto muestran que un 54 por ciento de las ventas se realizan para clientes extra-regionales y, más concretamente, que el 18 por cien de las mismas se efectúan al extranjero.

Como ya se ha mencionado, la actividad de Selección de personal es pequeña en términos absolutos, pero tiene una productividad media, en términos de valor añadido por ocupado, superior a la del sector y que la sitúa en las posiciones de cabeza respecto al conjunto de actividades que constituyen los Servicios a empresas.

El sueldo medio es, asimismo, superior a la media del sector, y se encuentra en torno a los 3,7 millones de pesetas, por lo cual la participación del excedente en el valor añadido sólo llega al 18 por cien.

Desde el punto de vista de estructura productiva, las actividades de Selección de personal emplean un 40 por cien de los recursos totales en insumos intermedios entre los que destacan los siguientes:

- Comisiones y subcontratas. Representan el 17,4 por cien de los consumos intermedios.

- Arrendamiento de locales. Representa el 16,6 por cien del total, porcentaje que es casi el doble del medio del sector de Servicios a empresas.

- Publicidad. Los gastos por este concepto alcanzan el 13,2 por cien del total, lo que representa un porcentaje mucho más elevado que el medio del sector de Servicios a empresas (que se sitúa en torno al 3 por cien).

- Dietas y transporte del personal, que representa el 10,2 por ciento de los inputs

DATOS COMPARATIVOS: SELECCION DE PERSONAL

	Rama Selección de personal A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	960	98.774	0,97
Producción a s. f. (millones ptas.)	8.378	866.205	0,97
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	5.086	471.952	1,08
Tamaño medio (1)	9	18	50,00
Antigüedad media (años)	6	8	75,00
% Personal eventual	44,27	35,18	125,84
% Mujeres	64,75	38,82	166,80
Producción por ocupado (miles ptas.)	8.728	8.770	99,52
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	5.298	4.778	110,88
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	3.700	2.515	147,12
% Subcontratas sobre ventas	5,74	13,55 (3)	42,36
% Compra de ordenadores / ventas	0,85	1,43 (3)	59,44
% Gastos financieros / ventas	1,24	2,34 (3)	52,99
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	7,50	4,12 (3)	182,04
% Ventas a empresas	82,74	64,21 (3)	128,86
% Ventas a la Admón. Pública	6,15	25,91 (3)	23,74
% Ventas en la región	46,73	68,44 (3)	68,28
% Ventas al extranjero	18,03	6,27 (3)	287,56
% Est. localizados en el municipio de Madrid	100,00	91,40	109,41
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamartín Salamanca Centro Chamberí Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

intermedios.

- Comunicaciones, concepto para el que el porcentaje de gasto se sitúa en el 9,2 por cien.

- Otros servicios profesionales (reprografía, traducciones, gestión de cobros, etc.), que representa el 8,9 por cien de los insumos intermedios de la actividad de Selección de personal.

Como resumen de esta actividad pueden destacarse los siguientes rasgos:

1. Pequeño peso de la actividad, tanto en términos de ocupados como de producción total.

2. Establecimientos pequeños, en términos de ocupados, con alto porcentaje de eventuales y de empleo femenino.

3. Productividad superior a la media del sector de Servicios a las empresas y sueldos ampliamente superiores a los medios del sector.

4. Elevados gastos en publicidad y en comunicaciones.

10. Seguridad e investigación privada

Esta rama comprende, como en otros muchos casos, actividades heterogéneas, que está marcada por la regulación administrativa de algunas de ellas y en la que coexisten unas pocas empresas grandes con una pléyade de pequeñas con una alta tasa de mortalidad empresarial.

Las actividades que constituyen la rama según la NACE son detectives y agencias de investigación, que representan una muy pequeña parte de la misma; servicios de vigilancia, y otros servicios de seguridad, que recoge las actividades de protección y seguridad armada, transportes blindados y centrales de alarma y control monitorizados. Las actividades de instalación y mantenimiento de alarmas no se recogen en esta rama, ya que se consideran actividades industriales.

La pauta para la comprensión del sector la ofrecen las actividades que aquí se denominan otros servicios de seguridad. El ejercicio de las mismas exige disponer de licencias expedidas por el Ministerio de Interior, licencias que pueden autorizar a realizar actividades de protección armada, transporte de fondos, o ambas, con ámbito provincial o nacional. Asimismo, los trabajadores autorizados a realizar este tipo de actividades deben poseer el título de "vigilantes jurados". Sin embargo, la amplia demanda recibida por las empresas de seguridad de servicios de vigilancia -no armados- ha llevado a las mayores a crear segundas marcas, que les permiten atender a dicha demanda con una mano de obra menos formada, y más barata, que la constituida por los vigilantes jurados.

La rama de Seguridad e investigación privada considerada en su conjunto ocupaba en 1990 a cerca de 11.500 personas en la Comunidad de Madrid. La tasa de eventualidad es muy alta (78,9 por ciento), duplicando ampliamente la media del sector de Servicios a las empresas. Un repaso por subactividades, sin embargo, permitiría comprobar que la eventualidad es mucho menor en detectives y agencias de investigación y en otros servicios de seguridad, en los que el empleado tipo -el vigilante jurado- se encuentra en una posición algo más fuerte que la de los trabajadores que realizan tareas de vigilancia no armada. De hecho, aún sometidos por razones de coste a contrataciones eventuales, no hay paro entre los vigilantes jurados.

La productividad de esta rama, de la que las mujeres están prácticamente ausentes (7 por cien del empleo total), es baja, tanto medida en términos de producción por ocupado (4,2 millones de pesetas) como de valor añadido por ocupado (2,8 millones). Como referencia puede señalarse que la productividad media del sector Servicios a empresas es más del doble en términos de producción por ocupado y algo menos del doble en términos de valor añadido por ocupado. Por otra parte, los sueldos medios de Seguridad e investigación privada (2,17 millones de pesetas) son también inferiores a los medios del sector de Servicios a empresas, aunque en menor medida que la productividad.

DATOS COMPARATIVOS: SEGURIDAD E INVESTIGACION PRIVADA

	Rama Seguridad e inv. privada A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	11.452	98.774	11,59
Producción a s. f. (millones ptas.)	48.441	866.205	5,59
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	32.129	471.952	6,81
Tamaño medio (1)	97	18	538,89
Antigüedad media (años)	8	8	100,00
% Personal eventual	78,91	35,18	224,30
% Mujeres	6,91	38,82	17,80
Producción por ocupado (miles ptas.)	4.230	8.770	48,23
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	2.806	4.778	58,73
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	2.171	2.515	86,32
% Subcontratas sobre ventas	3,10	13,55 (3)	22,88
% Compra de ordenadores / ventas	0,45	1,43 (3)	31,47
% Gastos financieros / ventas	8,38	2,34 (3)	358,12
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	3,73	4,12 (3)	90,53
% Ventas a empresas	59,32	64,21 (3)	92,38
% Ventas a la Admón. Pública	32,17	25,91 (3)	124,16
% Ventas en la región	70,20	68,44 (3)	102,57
% Ventas al extranjero	0,37	6,27 (3)	5,90
% Est. localizados en el municipio de Madrid	88,60	91,40	96,94
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Centro Chamberí Salamanca Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

De ello no puede menos de deducirse que las participaciones del excedente en el valor añadido son reducidas y, de hecho, con un 7,4 por ciento, se encuentran en la última posición entre las trece ramas que constituyen el sector de Servicios a empresas.

La estructura productiva de la rama se encuentra caracterizada por el empleo de un 34 por ciento de los recursos en consumos intermedios, cifra inferior a la media del sector de Servicios a empresas. Como componentes aislados de este tipo de gastos se pueden destacar:

- Compras. Representan el 12,7 por cien de los consumos intermedios y están dedicados, fundamentalmente, a la adquisición de uniformes y pequeño material de comunicaciones.

- Comisiones y subcontratas, renglón particularmente importante en la actividad de detectives y agencias de investigación.

- Publicidad, que representa el 7,6 de este tipo de gastos.

- Dietas y transporte del personal, que absorbe el 7,2 por ciento de los inputs intermedios.

- Otros servicios profesionales, que representa el 5,7 por cien de los consumos intermedios.

Gran importancia tienen en esta actividad los gastos financieros, que representan más del 8 por cien del total de ventas, mientras que el conjunto del sector de Servicios a empresas no dedica a este concepto más que el 2,3 por cien.

Desde el punto de vista de tipificación de la clientela de los servicios de Seguridad e investigación privada se puede señalar que el 59 por ciento de las ventas lo son a empresas y el 32 por ciento a Administraciones Públicas, ubicadas ambas mayoritariamente en la misma región de Madrid.

Las características más relevantes de la rama serían, por tanto:

1. Elevada tasa de empleo eventual y masculino.

2. Baja productividad y bajos salarios.

3. Clientela formada fundamentalmente por empresas y Administraciones Públicas, con un elevado peso de estas últimas.

4. Actividad cuyos clientes principales se encuentran en el mercado regional.

11. Limpieza de edificios

Si es poca la homogeneidad de los llamados servicios a empresas en general, la actividad de Limpieza de edificios presenta unas características muy particulares que la alejan radicalmente del resto de las ramas incluidas en el sector. De hecho el único punto de contacto reseñable es que su principal clientela no se compone de particulares (aunque tampoco de empresas en sentido estricto) y que, en consecuencia, se trata de un servicio auxiliar intermedio, si bien con nula relación con la producción o la gestión empresarial. Esta rama se acerca mucho más en todos sus compartimientos al colectivo de servicios personales, donde incluso existe una actividad equivalente (servicio doméstico), aunque de características más oscuras y poco controladas.

Se trata de uno de los ejemplos más nítidos de quehacer independiente originado por un proceso de externalización pura, con el único objetivo de disminuir los costes fijos de las empresas, con nulo contenido tecnológico (salvo parcialmente en algunas limpiezas muy especializadas), que consiste en un simple servicio de mantenimiento poco cualificado.

De ello se derivan unas características de mercado de trabajo poco usuales en los servicios a empresas, en donde se incorpora una mano de obra de mínima capacitación y sin posibilidades de promoción interna, lo que permite la proliferación de contratos eventuales y sueldos bajos.

Con todo la Limpieza de edificios tiene una importancia cuantitativa muy superior a la que normalmente se le supone y da empleo a un alto volumen de trabajadores. En concreto en la región madrileña trabajan unas 15.000 personas en dicha actividad, es decir, más del 15% del total del sector de Servicios a empresas, si bien, en términos de valor añadido o de facturación (unos 30.000 millones de pesetas en 1990), no representa más allá del 4-5%.

Los establecimientos, en volumen de empleo, son comparativamente muy grandes (77 trabajadores como media) aunque no exigen grandes espacios físicos, puesto que la actividad se ejerce principalmente en el local del cliente; más de las tres cuartas partes del empleo se sitúa en centros que sobrepasan los 100 empleados y no son raros los establecimientos de más de 500 ocupados. Ahora bien, la estructura empresarial que se requiere es mínima y no son necesarias costosas instalaciones o equipos sofisticados ni, en consecuencia, fuertes gastos fijos.

Dichos establecimientos tienen una antigüedad media de 9 años y se ubican de forma dispersa por el municipio de Madrid, observándose sólo una cierta prioridad por el distrito Centro. En definitiva, los factores condicionantes de localización espacial también difieren radicalmente en esta rama frente al resto.

DATOS COMPARATIVOS: LIMPIEZA DE EDIFICIOS

	Rama Limpieza de edificios A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	14.890	98.774	15,07
Producción a s. f. (millones ptas.)	34.132	866.205	3,94
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	26.947	471.952	5,71
Tamaño medio (1)	77	18	427,78
Antigüedad media (años)	9	8	112,50
% Personal eventual	41,81	35,18	118,85
% Mujeres	76,48	38,82	197,01
Producción por ocupado (miles ptas.)	2.292	8.770	26,13
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	1.810	4.778	37,88
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	1.288	2.515	51,21
% Subcontratas sobre ventas	2,47	13,55 (3)	18,23
% Compra de ordenadores / ventas	0,06	1,43 (3)	4,20
% Gastos financieros / ventas	1,03	2,34 (3)	44,02
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	1,01	4,12 (3)	24,51
% Ventas a empresas	46,94	64,21 (3)	73,10
% Ventas a la Admón. Pública	46,28	25,91 (3)	178,62
% Ventas en la región	89,45	68,44 (3)	130,70
% Ventas al extranjero	0,26	6,27 (3)	4,15
% Est. localizados en el municipio de Madrid	86,70	91,40	94,86
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Centro	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

El empleo que, como se ha indicado, no exige cualificación especial presenta un altísimo porcentaje de mujeres (más de las tres cuartas partes) aunque, como se puede sospechar, ésta no es la tónica en cuanto a los puestos directivos, siendo una de las actividades de carácter más "sexista" de toda la economía. La contratación eventual también es nota destacada (más del 40%).

La productividad, en términos monetarios, destaca por su reducido nivel (1.800.000 pesetas por persona al año, cifra cercana a la tercera parte de la media, siendo la actividad de menor valor añadido por ocupado del sector) merced a la poca valoración que tienen estas labores y a la fuerte competencia en la obtención de contratos, lo que se traduce en unos precios muy bajos por servicio.

En estas condiciones se explica el escaso nivel de sueldos (1.300.000 anuales, es decir, la mitad de la media del sector) que suponen unas 850 pesetas por hora trabajada, siendo bastante menor el salario de las limpiadoras, sobre todo en las empresas medianas y pequeñas. Si a ésto se añade que la media de horas de trabajo al año es bastante reducida (no llega a 1.550 horas) y lo señalado sobre los contratos eventuales, se puede tener una idea cuantificada de la situación de un alto porcentaje de estos trabajadores.

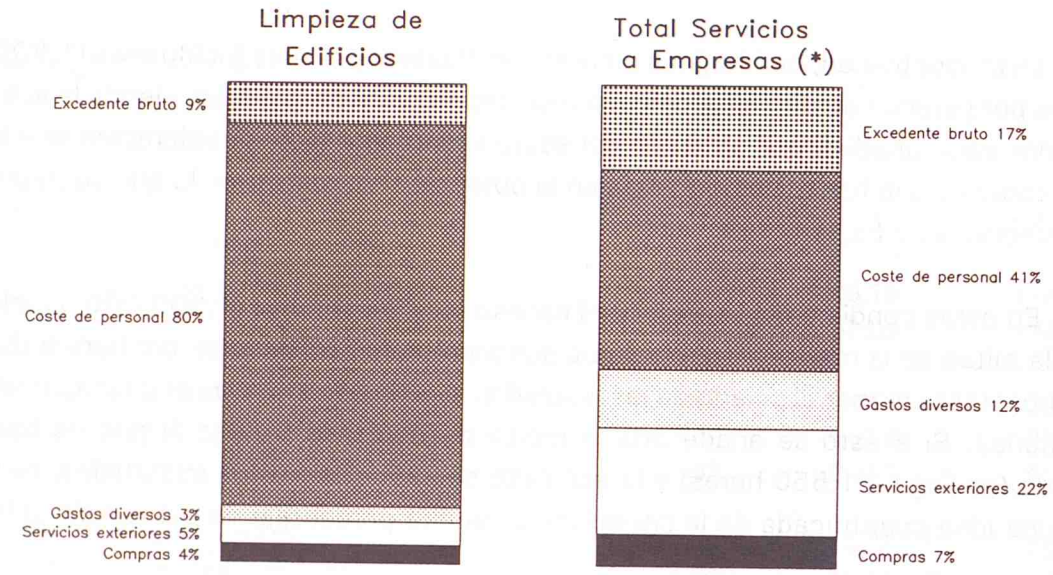
A pesar de los bajos costes salariales unitarios, el coste de personal supone un 80% del valor del servicio; los otros gastos corrientes son muy poco relevantes, en una rama en la que las compras se reducen prácticamente al material de limpieza, el nivel de consumo de servicios externo es muy reducido y no se producen fenómenos de subcontratación significativos. Aún así, más del 60% de las empresas utilizan servicios exteriores de publicidad (aunque de poco coste y alcance) y lo mismo ocurre con algunos servicios externos tradicionales (asesoramiento jurídico, contable o fiscal). Por el contrario, prácticamente no se contratan servicios de asesoramiento de gestión y estrategia empresarial, ni de informática, ni menos aún de formación de personal.

Tampoco se requiere un alto nivel de inversión o de inmovilizado (incluso está muy por debajo de la media del sector, ya de por sí poco propenso a grandes instalaciones) y no se detecta tendencia alguna hacia la mecanización o el control informatizado de la actividad. Como ejemplos representativos se puede señalar que ninguna de las empresas pequeñas entrevistadas disponían de fax y sólo la mitad de las grandes lo utilizan, o que la inversión total de la rama en ordenadores del año 90 no supera los 17 millones de pesetas. Tampoco parece ser común la utilización de maquinaria de limpieza sofisticada.

El mercado de esta actividad es eminentemente local, como corresponde a su naturaleza, siendo la Administración Pública (en particular la Central) su principal cliente en Madrid, con porcentajes de consumo equivalentes al de todo el sector empresarial.

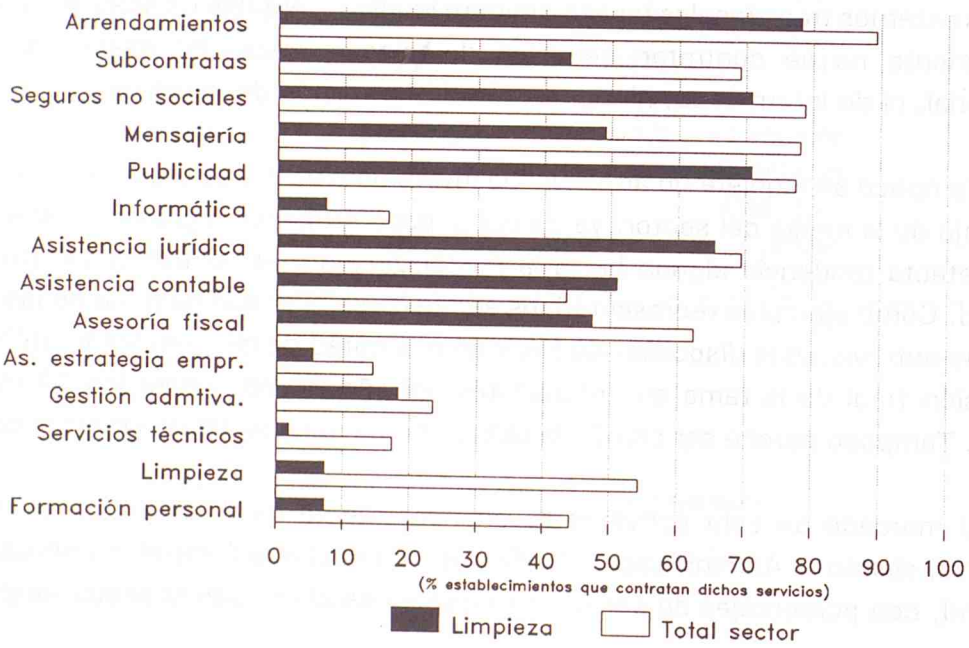
En definitiva, la rama de Limpieza de edificios resulta ser en su conjunto una actividad con estructura de servicio personal tradicional (como servicio doméstico,

ESTRUCTURA DE COSTES DE EXPLOTACION
(% sobre producción sin impuestos)



(*) Sin considerar la rama de publicidad

UTILIZACION EXTERNA DE CIERTOS SERVICIOS
(ESTABLECIMIENTOS DE 20 Y MAS EMPLEADOS)



peluquerías, tintorerías, etc.), con la única diferencia de que la clientela no se compone de particulares. Unido a ello, es necesario señalar que no se observa ningún factor que indique una evolución del servicio hacia superiores niveles de tecnificación y de introducción de nuevas tecnologías.

12. Estudios y laboratorios fotográficos

Es otra actividad muy distinta de lo que se entiende normalmente por servicios a empresas y, de hecho, en clasificaciones anteriores se integraba en servicios personales (estudios de fotografía) o en actividades industriales (laboratorios fotográficos). La inclusión en este grupo procede de la nueva NACE y se justifica por los cambios que se han ido produciendo en la rama hacia especialidades cada vez más tecnificadas y relacionadas con los procesos productivos generalmente terciarios (fotografía publicitaria, comercial, técnica, de empresa, etc.), frente al predominio pasado de la fotografía de retrato, de acontecimientos familiares o turística, que se ha visto desplazada en buena parte por otras tecnologías (como puede ser el vídeo doméstico) y por la generalización de las máquinas fotográficas de calidad a precios asequibles para los particulares. Estos cambios han hecho ganar cuota de mercado familiar a los laboratorios fotográficos frente a los fotógrafos especialistas.

Los resultados de la encuesta al sector indican que, en 1990, casi el 70% de las ventas del colectivo de esta rama se dirige a empresas, situándose el mercado familiar en sólo el 22%, si bien estas cifras han de tomarse exclusivamente como orientativas por cuanto la muestra investigada presenta cierto sesgo hacia las unidades mayores, cuyo mercado está más relacionado con el sector empresarial. El destino geográfico de estos servicios es claramente local, con exportación nula y más del 87% de las ventas en la propia región madrileña.

Frente al conjunto de servicios a empresas, esta actividad resulta muy marginal, representando en torno al 1,5% del total, con 1.500 trabajadores y unos 12.000 millones de facturación.

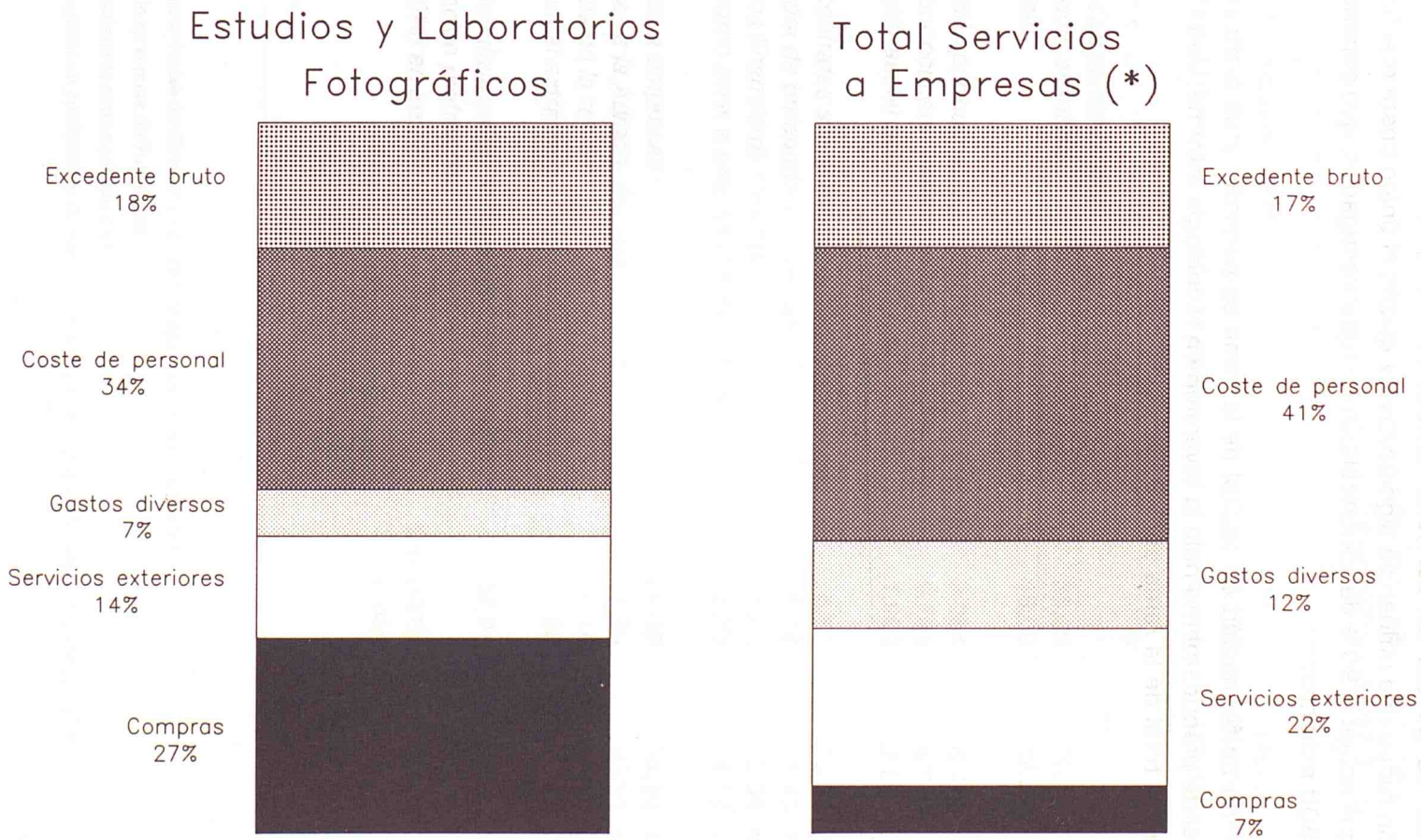
Los establecimientos son pequeños (8 trabajadores de media) aunque, como en otros casos, se produce una notable bipolarización entre laboratorios, si no grandes al menos medianos, y pequeños estudios de profesionales, más numerosos. Su localización no presenta características claras y aunque se ubican en la capital, donde está su mercado, se encuentran bastante dispersos por distritos y barrios. También se observa cierta antigüedad relativa (11 años como media), no siendo una rama particularmente dinámica o cambiante.

El personal ocupado (casi todo varones, reservándose para la mujer sólo los puestos clásicos de administración) presenta un nivel de tecnificación poco elevado, a pesar de que se trata de una actividad con amplias connotaciones tecnológicas y artísticas, y se da un notable porcentaje de contratación eventual, lo que se refleja en sueldos bajos (el medio no llega a los dos millones de pesetas anuales) y productividad bastante inferior a la media.

La estructura de costes de la rama también difiere significativamente del resto de

ESTRUCTURA DE COSTES DE EXPLOTACION

(% sobre producción sin impuestos)



(*) Sin considerar la rama de publicidad

los servicios contemplados, adquiriendo una importancia relativa inusual las compras de material (para fotografía y otros materiales auxiliares de consumo y reposición), y siendo muy marginales los gastos en servicios exteriores. Tampoco es una rama donde la subcontratación tenga una influencia significativa y quizás el único coste reseñable sea el de alquiler, al que acude el 90% de los establecimientos investigados, que supone un gasto total de unos 500 millones.

El volumen de formación de capital de la rama es pequeño y se centra en equipo fotográfico, siendo prácticamente nula la inversión en tecnología informática (17 millones de pesetas para el total de la rama en 1.990).

DATOS COMPARATIVOS: ESTUDIOS Y LABORATOR. FOTOGRAFICOS

	Rama Estudios y lab. fotográficos A	Total Servicios a empresas B		% A/B
Nº de ocupados en 1990	1.517	98.774		1,54
Producción a s. f. (millones ptas.)	12.264	866.205		1,42
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	5.666	471.952		1,20
Tamaño medio (1)	9	18		50,00
Antigüedad media (años)	11	8		137,50
% Personal eventual	38,23	35,18		108,67
% Mujeres	18,08	38,82		46,57
Producción por ocupado (miles ptas.)	8.084	8.770		92,18
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	3.735	4.778		78,17
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	1.963	2.515		78,05
% Subcontratas sobre ventas	4,51	13,55	(3)	33,28
% Compra de ordenadores / ventas	0,16	1,43	(3)	11,19
% Gastos financieros / ventas	1,42	2,34	(3)	60,68
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	2,75	4,12	(3)	66,75
% Ventas a empresas	69,32	64,21	(3)	107,96
% Ventas a la Admón. Pública	8,85	25,91	(3)	34,16
% Ventas en la región	87,40	68,44	(3)	127,70
% Ventas al extranjero	0,00	6,27	(3)	0,00
% Est. localizados en el municipio de Madrid	96,75	91,40		105,85
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Chamartín Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro		

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

13. Otros servicios profesionales

En esta rama marginal se recoge un conjunto heterogéneo de actividades que van desde los servicios a terceros de envasado y empaquetado hasta el diseño de modas, si bien las más relevantes son:

- Actividades de mecanografía y de reprografía.
- Traducción y servicio de intérpretes.
- Gestión de cobros.
- Organización y servicios de congresos, ferias y exposiciones.

Dada la diversidad, los resultados obtenidos sólo aportan una media, a veces poco representativa de actividades concretas.

La rama agrupa a 4.000 trabajadores y factura en torno a los 32.500 millones de pesetas, lo que representa entre el 3 y el 4% del total del sector de servicios a empresas. En general se compone de pequeños establecimientos (unos 10 empleados, algo más en actividades como gestión de cobros) de unos 9 años de antigüedad, que se ubican con prioridad en la capital (94%) y, dentro de ésta, en los distritos de Salamanca (barrios de Recoletos y Guindalera), Chamartín (Hispano América y El Viso), Chamberí (Trafalgar y Arapiles), Centro (Universidad y Sol) y Tetuán (Castillejos y Cuatro Caminos), es decir, más o menos los mismos patrones de localización que los servicios a empresas en conjunto.

Presenta un alto porcentaje de personal eventual (40%), que llega a ser mucho mayor en los servicios de ferias y exposiciones. Además, en general, el personal ocupado no posee un alto nivel de cualificación, lo que se refleja en unos sueldos bajos (1.750.000 pts. anuales como media), que están también en consonancia con los escasos niveles de productividad (en términos monetarios) que se observan.

En la estructura de costes destaca, comparativamente, el fuerte porcentaje de contratación de servicios externos que presenta, siendo muy significativos los gastos en publicidad, subcontratas y comisiones, arrendamientos y otros servicios; incluso es reseñable el gasto en compra de materiales, resultando en conjunto una de las ramas con mayores ratios de consumos intermedios frente a ventas. Con todo, es muy bajo el porcentaje de empresas que acuden a servicios con alto contenido tecnológico, como informática, asesoría técnica o asesoramiento en dirección y gestión empresarial, de lo que se deduce que el alto nivel de externalización de servicios viene motivado casi exclusivamente por la necesidad de reducir costes fijos y de aportar flexibilidad a la estructura empresarial.

El mercado de esta rama es fundamentalmente local y se centra en el sector empresarial.

DATOS COMPARATIVOS: OTROS SERVICIOS PROFESIONALES

	Rama Otros serv. profesionales A	Total Servicios a empresas B	% A/B
Nº de ocupados en 1990	4.055	98.774	4,11
Producción a s. f. (millones ptas.)	32.401	866.205	3,74
Valor añadido bruto a c. f. (millones ptas.)	13.331	471.952	2,82
Tamaño medio (1)	10	18	55,56
Antigüedad media (años)	9	8	112,50
% Personal eventual	41,50	35,18	117,96
% Mujeres	39,21	38,82	101,00
Producción por ocupado (miles ptas.)	7.990	8.770	91,11
V.A.B. por ocupado (miles ptas.)	3.287	4.778	68,79
Sueldo por asalariado (miles ptas.) (2)	1.763	2.515	70,10
% Subcontratas sobre ventas	13,19	13,55 (3)	97,34
% Compra de ordenadores / ventas	0,88	1,43 (3)	61,54
% Gastos financieros / ventas	1,15	2,34 (3)	49,15
% Consumo serv. a empresas (4) / ventas	8,56	4,12 (3)	207,77
% Ventas a empresas	76,75	64,21 (3)	119,53
% Ventas a la Admón. Pública	9,99	25,91 (3)	38,56
% Ventas en la región	82,10	68,44 (3)	119,96
% Ventas al extranjero	2,27	6,27 (3)	36,20
% Est. localizados en el municipio de Madrid	94,04	91,40	102,89
Localización preferente (más 10%) en los distritos:	Salamanca Chamartín Chamberí Centro Tetuán	Salamanca Chamartín Chamberí Tetuán Centro	

(1) Datos procedentes del Directorio de 1991: ocupados por establecimiento

(2) Estimado en la rama de Publicidad

(3) Sin considerar la rama de Publicidad

(4) Incluye gastos de publicidad y estudio de mercados, informática y otros servicios profesionales

V. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En las páginas anteriores se ha elaborado una primera aproximación al análisis del sector denominado "Servicios a empresas" en la región, basada casi exclusivamente en la información que aporta la publicación "El Sector de Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid", cuyo primer volumen se dedica a las cuentas económicas referidas a 1990, y el segundo al directorio del sector de 1991. Este trabajo, que inaugura una nueva serie del Departamento de Estadística, ha permitido contrastar varias de las ideas comunes que se manejaban sobre la importancia y funcionamiento del sector en Madrid con información obtenida de manera directa y sistemática a través de una amplia encuesta, pionera por su temática pero equivalente a las que ya se realizan sobre otras áreas económicas de la región.

El objetivo principal de este análisis ha sido facilitar al usuario la lectura de las cifras contenidas en dicha publicación, resaltando las características principales en detrimento de análisis más profundos, que confiamos en que realicen los especialistas sectoriales en futuras investigaciones. Las principales conclusiones obtenidas se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

- El denominado sector de Servicios a empresas se caracteriza por la heterogeneidad de las actividades que engloba.

- Es un sector cuantitativa y cualitativamente importante en Madrid: en primer término, porque da empleo a unas 100.000 personas y genera un valor añadido cercano al medio billón de pesetas; en segundo, porque cumple una función estratégica en la economía, a través de sus ligazones con otras actividades, mejorando la productividad y competitividad del conjunto.

- Relativizando las cifras con las que opera el sector en la región frente al conjunto nacional, representa en torno al 27,5% en términos de empleo y al 30% en valor añadido, si bien estos porcentajes hay que tomarlos con ciertas reservas, puesto que no existe información comparable a nivel nacional. En cualquier caso, se puede afirmar que Madrid es la primera región productora de este tipo de servicios en España.

- La presencia de las grandes empresas del sector en Madrid y la distinta estructura subsectorial hacen que la función de producción regional presente rasgos muy distintos a la nacional. Entre otros factores, se observa una mayor incidencia de los costes laborales, tanto por motivo de una proporción más elevada de asalariados, como por los mayores salarios unitarios que, como media, se pagan en la región (16% superiores a los nacionales).

- La participación del sector en la economía regional se cifra entre el 6 y el 7%, en función de la variable que se utilice, volumen similar a lo que aporta todo el comercio

minorista y equivalente a la cuarta parte de la potente industria madrileña. Este porcentaje es el doble del que se da en España en su conjunto, lo que indica una notable especialización de la región en estas actividades.

- El establecimiento-tipo de los servicios a empresas es una oficina pequeña donde trabajan unas 18 personas, si bien buena parte de ellas realizan su actividad predominantemente fuera del local. Las oficinas son recientes o cambian frecuentemente de actividad, merced a la intensa movilidad del sector (antigüedad media de 8 años), y se ubican en los barrios más céntricos de la capital que rodean al Paseo de la Castellana, generando un modelo de localización extremadamente centralizado.

- Los factores clásicos de atracción geográfica basados en la demanda (proximidad a los centros de decisión política y empresarial, buenas comunicaciones y accesos, etc.) actúan de manera intensa en la localización de los establecimientos en la región; ahora bien, cuando se trata de decidir la ubicación concreta dentro de Madrid, cobran especial preponderancia otros factores de imagen y "status" empresarial, más unidos a la propia oferta del sector. Este comportamiento genera un aparente déficit de servicios en los distritos periféricos y en el resto de los municipios de la región (donde se concentra la gran industria), que se cubre, en la práctica, a través de una "exportación de servicios" desde el eje de la Castellana al exterior.

- El empleo del sector presenta una alta tasa de ocupación eventual (35%), muy superior a la que es común en otras actividades, motivada por la propia naturaleza de algunas labores que cubre, el rápido crecimiento en los últimos años, la juventud de las empresas y los requerimientos de adaptación rápida a la demanda cambiante, muy dependiente de la coyuntura.

- La tasa de ocupación femenina (39%) es superior a la que se registra como media en la economía madrileña (34%), si bien aún subsisten profesiones marcadamente masculinas o femeninas.

- Las ramas en que se ha dividido el sector presentan una importancia muy desigual. Dos de ellas (Publicidad y Arquitectura e ingeniería) recogen más del 38% del total, mientras, en el otro extremo, cinco actividades (Selección de personal, Estudios y laboratorios fotográficos, Estadística y estudio de mercados, Otros servicios profesionales e Investigación y desarrollo) no superan el 10%.

- La estructura de costes, si bien varía ampliamente según actividades, presenta dos características generalizables: la ya señalada relevancia de los gastos de personal y la importancia relativa que adquieren los consumos intermedios (42% de la producción), a pesar de la inexistencia de "materias primas" que transformar.

- Dentro de este último tipo de costes destacan las comisiones y subcontratas y,

más moderadamente, los gastos de alquiler, la contratación de servicios externos e, incluso, la compra de materiales auxiliares de consumo. Esto pone de manifiesto el alto grado de interrelación con otras actividades, incluso como demandante, y la presencia de un importante reempleo sectorial.

- El fuerte nivel de subcontratación se explica por la resistencia al sobredimensionamiento, frente a demandas crecientes, que tienen las empresas del sector por temor a un alto volumen de gastos fijos en coyunturas cambiantes y, en otras ocasiones, por la demanda de servicios integrales por parte del cliente frente a un sector mayoritariamente especializado. La valoración que se puede realizar del entramado de relaciones que se genera a través de la subcontratación varía en función de la motivación concreta, pues, en el primer caso, se trata simplemente de hacer frente a excesos coyunturales de la demanda, mientras que en el segundo, se busca la incorporación al proceso productivo de especialistas en determinadas áreas para completar el servicio. Dicho de otro modo, en el primer caso se realiza una simple distribución de valor añadido, cuando en el segundo se incrementa el valor añadido global.

- Las importantes cantidades que se destinan al arrendamiento (principalmente de locales) vienen motivadas, una vez más, por la búsqueda de una estructura empresarial flexible y con costes fijos mínimos y, por otro lado, por la preferencia de localización en los distritos más céntricos y dinámicos de Madrid lo que, en la coyuntura actual, supone pagar precios muy elevados.

- Las compras de material auxiliar tampoco son despreciables en el sector, particularmente en las actividades más tecnificadas, donde se trabaja con materiales de consumo y reposición de alto precio.

- El último bloque destacado dentro de los gastos intermedios es el consumo de servicios profesionales externos. También en el sector se produce una amplia "externalización" de ciertas tareas en busca de flexibilidad y especialización. Dentro de éstas destacan las tradicionales (asesoría jurídica, fiscal, limpieza, mantenimiento, etc.) y es moderada la demanda de servicios más modernos, como informática, I+D o asesoramiento en estrategia y dirección empresarial.

- Otros aspectos reseñables de la estructura de costes del sector son: la importancia que adquieren algunos gastos como los de viajes y dietas, comunicaciones y material de oficina (todos ellos generalizables para la gran mayoría de actividades terciarias que se realizan desde oficinas) y el pequeño montante de gastos financieros que soporta, compensado, además, por un valor equivalente de ingresos financieros.

- Ya se ha señalado que la estructura empresarial requerida en este tipo de actividades es muy pequeña, lo que se refleja en un bajo volumen de inmovilizado material y, consecuentemente, en una inversión real reducida, si bien destaca la compra de

ordenadores como consecuencia de la gradual incorporación de la informática. En cualquier caso, el principal inmovilizado del sector es el inmaterial en sentido amplio, aunque éste no se vea reflejado en todas sus partidas dentro del balance.

- La productividad global del sector, en términos de valor añadido por ocupado, es de 4,8 millones, cifra que resulta alta si se compara con la media de la economía madrileña, aunque es inferior a la que se genera en la industria. A este respecto, conviene señalar que los valores medios del sector se encuentran sesgados por las bajas productividades que se dan en las actividades más atípicas de las que se incluyen convencionalmente en él (limpieza, seguridad, fotografía). El resto opera con productividades similares a las que son comunes en la industria.

- En general se puede afirmar que las mayores productividades no se obtienen en los establecimientos más grandes. El tamaño óptimo se puede situar entre 5 y 19 trabajadores, si bien varía mucho en función de la actividad de que se trate.

- Los salarios que se distribuyen son comparativamente altos y están muy relacionados con la productividad de cada rama.

- A pesar de su denominación, las empresas no son los únicos clientes del sector, aunque sí los más importantes (64% del total de facturación). Dentro de éstas destaca la demanda del sector terciario, que se ve reforzado por los requerimientos de este tipo de servicios por parte de las Administraciones Públicas (26%). Marginalmente, los particulares resultan clientes importantes en algunas actividades (asesoramiento jurídico o económico y fotografía).

- En cuanto a la localización geográfica de la clientela empresarial del sector, el estudio indica que cerca de un 70% se ubica en la propia Comunidad de Madrid, tanto porque allí se encuentran los grandes centros de decisión, como porque estas actividades requieren continuos contactos con los clientes. Una cuarta parte de los servicios se destinan al resto de España y algo más del 5% al extranjero.

- Si bien es cierto que dentro de las actividades que engloba el sector la heterogeneidad es la norma, se vislumbran ciertas características comunes que han permitido elaborar una primera tipología sectorial en tres grandes grupos:

* El primero de ellos recoge aquellas actividades que se caracterizan por aportar al sistema tecnología o servicios de organización, gestión y distribución que se catalogan como avanzados (publicidad, informática -excepto registro y procesamiento de datos-, I+D, servicios técnicos, auditorías, asesoramiento en dirección y gestión empresarial y selección de personal). Su desarrollo no se debe mayoritariamente a fenómenos de "externalización" sino, más bien, a la aparición de funciones nuevas en los procesos productivos. Estas ramas presentan alta

productividad (40% por encima de la media), mayor cualificación del personal, con su reflejo en los sueldos (30% superiores a la media), bajo porcentaje de eventualidad en este marco, e importante incidencia del consumo intermedio, que no se centra particularmente en la subcontratación, sino en el resto de los gastos productivos.

* El segundo grupo incluye actividades que aportan servicios de asesoramiento tradicionales o de gestión ordinaria de empresas, que surgieron por externalización de ciertas áreas empresariales en aras de la flexibilidad y la rentabilidad (asesoramiento jurídico, contabilidad, asesorías fiscales, gestión administrativa, estadística y estudio de mercados, registro y procesamiento de datos y otros servicios profesionales). Presentan un contenido tecnológico medio y un grado de formación de los profesionales igualmente medio. Operan con productividades bajas y sueldos inferiores al 20% de la media del sector. En la estructura de costes destaca, por encima de todo, la tendencia a la subcontratación.

* El tercer grupo incluye actividades independientes que aportan servicios de mantenimiento, muy poco relacionados con los procesos productivos, que nacieron, casi de forma exclusiva , por la necesidad de reducir costes fijos (servicios de limpieza y de seguridad). Generalmente operan con un mínimo contenido tecnológico y un bajo nivel de capacitación del personal. Son actividades muy atípicas en el marco de los servicios a empresas y se acercan mucho más en su función y estructura productiva a ciertos servicios personales. Su presencia en este sector distorsiona gravemente el análisis global puesto que presentan características muy singulares y en su mayoría contrarias al resto, entre las que se puede destacar que la productividad es muy baja (no llega a la mitad de la media), que el 70% de los ocupados dependen de un contrato eventual y que, a pesar del nivel muy reducido de sueldos unitarios, el gasto de personal es el único reseñable entre los costes de operación.

Por otro lado, la segunda parte de este estudio se ha centrado en el análisis individualizado de cada una de las ramas consideradas que, de forma breve, ha pretendido destacar las características más importantes y diferenciales de ellas. Como conclusiones de este análisis se pueden resaltar:

- La Informática, probablemente la más paradigmática de las actividades de servicios a empresas, es ya una rama madura en la economía, pero presenta buenas perspectivas de crecimiento futuro a pesar de la crisis actual, que viene motivada fundamentalmente por la política de precios. Su análisis preciso requiere que se distinga, al menos, entre dos líneas de actividad: grabación y tratamiento de datos (que presenta un menor dinamismo) y desarrollo y suministro de software, a las que habría que sumar algunas actividades complementarias. En conjunto recoge a unos 11.000 trabajadores y 90.000 millones de valor añadido, representando en torno al 10-11 por cien del sector en la región. Los

establecimientos son muy recientes y relativamente grandes. Esta última característica la aporta la presencia de grandes centros de cálculo que se distinguen del resto de las actividades de la rama por presentar menores niveles de formación en su personal, contratación eventual cercana al 50% y bajos sueldos y productividades. El desarrollo de software opera con poco personal eventual, mucho más cualificado, y mayores productividades y sueldos. El mercado de la rama en su conjunto es más local de lo que se suponía a priori, facturándose más del 73% de los servicios en la propia Comunidad de Madrid.

- Aunque se profundiza poco en las características estructurales de la rama de Publicidad, puesto que ya había sido objeto de un trabajo anterior, los resultados del estudio permiten situarla como la principal actividad de servicios a empresas en Madrid (representando en torno al 40-45 por ciento del total nacional). Recoge alrededor del 10 por cien del empleo, el 25% del valor añadido y el 40% de los excedentes que genera el sector, mostrando una productividad muy elevada, destacadamente la primera entre los servicios a empresas. Los sueldos son altos, pero moderados a la vista de la productividad, y son pequeños los costes intermedios con los que opera, resultando una rentabilidad media realmente notable. La rama ha evolucionado de manera espectacular en la década de los 80, obteniendo crecimientos superiores al 25% todos los años; sin embargo a partir de 1990 se detecta una seria desaceleración motivada por factores coyunturales y, sobre todo, estructurales, que condicionan el mantenimiento de altos crecimientos futuros.

- El análisis de la rama de Investigación y desarrollo se limita a considerar aquellas unidades especializadas (como principal actividad) en prestar servicios de investigación al sector privado, por lo que recoge una parte muy pequeña de la investigación total que se realiza en la región. Por ello -y por las especiales características de la actividad donde, entre otras cosas, tiene poco sentido hablar de ingresos o de productividad anual- son pocas las conclusiones generales que se pueden entresacar del análisis. Con todo conviene resaltar el elevado nivel de sueldos, consecuencia del alto grado de cualificación requerido para ejercer esta actividad, y la importancia que adquieren las compras de material de consumo y reposición, de elevado precio.

- La rama de Asesoramiento jurídico, uno de los servicios más clásicos dentro de los que recoge el sector, se estructura en unidades productivas muy pequeñas, relativamente recientes y que se localizan de manera algo más dispersa de lo que es común en el sector. Muestra una presencia significativa del empleo femenino y un reducido nivel de eventualidad, compensado por la importancia que adquieren en esta rama los profesionales autónomos. Los sueldos, consecuencia parcial de este último factor, son algo inferiores a la media.

- Similares características presenta el Asesoramiento económico, si bien aquí se da una gama muy variada de servicios, con bastantes particularidades individuales. Es una de las mayores ramas dentro de los servicios a empresas, con importancia comparable a la

Informática. Su mercado es la empresa y se estructura en pequeñas unidades especializadas (muchas veces profesionales independientes con algunos ayudantes) localizadas, con mayor prioridad que en otras ramas, en la cercanía del cliente. Ahora bien, al hablar de ratios económicos hay que distinguir, al menos, entre las unidades especializadas en servicios de corte más moderno o de mayor demanda nueva (auditoría y asesoramiento de dirección y gestión empresarial) y las especializadas en servicios tradicionales (contabilidad, asesoramiento fiscal y gestión administrativa). Las primeras presentan altas productividades y sueldos, y personal más cualificado, mientras las segundas están por debajo de la media en productividades, cualificación y sueldos, y se centran en un mercado local donde la clientela particular es importante.

- La rama de Arquitectura e ingeniería es la segunda en importancia cuantitativa dentro del sector de servicios a empresas en Madrid, y una de las más destacadas en cuanto a sus funciones y resultados económicos. Representa entre el 13 y el 15% del total, facturando en torno a 175.000 millones de pesetas. Existe una clara bipolarización de la rama entre ingenierías de gran tamaño, con servicios multidisciplinarios, y pequeños estudios muy especializados, que presentan características muy distintas, no sólo en el tamaño, sino en la antigüedad, mercado o ratios productivos. El personal ocupado en la rama, muy mayoritariamente masculino, muestra una alta cualificación y existe poca tendencia a la contratación eventual. Los sueldos son elevados, lo mismo que la productividad con la que opera. La generalización del recurso a la subcontratación es una de las características más reseñables de esta rama, a lo que se suma un elevado nivel de costes intermedios necesarios para ejercer la actividad, tanto de materiales como de gastos de diversa índole y consumo de servicios profesionales, lo que la convierten en una de las de mayor consumo intermedio por unidad de producción. El mercado de las grandes ingenierías es nacional, siendo la Administración Pública el principal cliente de la ingeniería civil y el sector industrial el destinatario prioritario del resto de los servicios. Los pequeños estudios, lógicamente, operan en un mercado más local. Algunas comparaciones con datos nacionales parciales permiten afirmar que en Madrid los sueldos son algo superiores, la subcontratación es mayor y la Administración incide más en la demanda, por la presencia del aparato central del Estado.

- Los servicios de Seguridad e investigación privada abren el capítulo de ramas atípicas, tanto por su función como por su estructura de producción, frente a lo que se entiende normalmente como servicios a empresas. Es una rama importante en Madrid por el volumen de empleo que genera (11.500 personas), si bien es poco relevante por sus ingresos. Aunque existen algunas especialidades más tecnificadas, se caracteriza por un bajo nivel de formación del personal ocupado (casi todo varones), elevada tasa de eventualidad, salarios y productividades muy pequeños y mercado marcadamente local, siendo la Administración un cliente fundamental.

- La Limpieza de edificios es probablemente la actividad más atípica y que con más dificultad se puede catalogar como servicio a empresas. Presenta unas características de

mercado de trabajo muy poco usuales en este marco, incorporando mano de obra de mínima cualificación, mayoritariamente femenina, generalmente contratada con carácter eventual por horas, y donde los sueldos y las productividades resultan extremadamente bajos (la mitad de la media del sector). Con todo, tiene una importancia cuantitativa notable, dando empleo a unas 15.000 personas en la región (15% del total del sector), aunque en términos de valor añadido o de facturación no representa más allá del 4-5%. Los establecimientos son grandes en volumen de empleo, pero el personal realiza su actividad en el local del cliente, por lo que no se requiere más que una mínima infraestructura. El mercado de este servicio es eminentemente local y las Administraciones Públicas son los principales clientes.

- Por último, señalaremos algunas características de las ramas que resultan más marginales, en términos cuantitativos, dentro del conglomerado de servicios a empresas en la región madrileña:

* Estadística y estudio de mercados. Recoge en torno al 2,5% del total sectorial, con baja productividad y sueldos, elevada tasa de eventualidad y presencia femenina, fuerte nivel de subcontratación; establecimientos pequeños y recientes con ubicación extremadamente centralizada; mercado preferentemente público y local en la subrama de estadística, y privado y más extrarregional en la de estudio de mercados.

* Otros servicios técnicos. Agrupa actividades cercanas a la de ingeniería y características similares, aunque menos destacadas. Establecimientos medianos donde trabaja un personal de alta cualificación con sueldo elevado (mínima presencia femenina), productividad media-alta según especialidades, fuertes consumos intermedios y mercado mayoritariamente nacional (aunque incide de manera notable en la región), donde la Administración es un cliente importante.

* Selección de personal. Rama muy marginal, estructurada en pequeñas oficinas, con alta presencia de personal femenino y de eventualidad, donde, sin embargo, se obtiene una fuerte productividad, que se refleja en sueldos altos; la rama presenta una estructura de costes muy "moderna", consecuencia del importante dinamismo que está adquiriendo esta actividad.

* Estudios y laboratorios fotográficos. Es otra de las ramas atípicas con muy pocos puntos de contacto con el resto. Tiene poco peso (1,5% del total del sector) y se estructura en dos grandes segmentos: laboratorios y estudios de fotografía. El personal ocupado (mayoritariamente varones) sufre una alta tasa de eventualidad y es remunerado con sueldos bajos; la productividad es también reducida. Dentro de los costes destaca la compra de material, siendo muy marginales los gastos en servicios exteriores y la subcontratación.

* Otros servicios profesionales. Rama heterogénea, por definición, que representa entre el 3 y el 4% del total. Sus características globales resultan similares a la media del sector, si bien presenta inferiores productividades y sueldos, y superiores tasas de eventualidad y porcentajes de gastos intermedios.

BIBLIOGRAFIA Y FUENTES ESTADISTICAS CONSULTADAS

* BARO, E. "Cambios en la interdependencia entre sectores industriales y terciarios" Papeles de Economía Española nº 42 (1990).

* CASTILLO CUERVO-ARANGO, F. DEL "Cifras e ideas sobre las actividades de servicios a empresas en Madrid". Economistas nº 52, Extra "España 1991. Un balance". Diciembre 1991-Enero 1992, pp. 460-464.

* CASTILLO CUERVO-ARANGO, F. DEL y GONZALEZ CALBET, L.

- La industria madrileña a través de sus Cuentas (1986-1987). Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Julio 1990.
- Análisis del sector de Publicidad en la Comunidad de Madrid. Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Julio 1991.

* CENDAN BLANCO, A. La oferta privada de servicios. Las empresas de consultoría. Documento presentado a la Jornadas de trabajo sobre Desarrollo Económico y Servicios. IMADE. Madrid, Abril 1991.

* CINCO DIAS

- "Especial Publicidad". Cinco Días 28-Mayo-1991, pp. 24-48.
- "Especial Seguridad". Cinco Días 30-Octubre-1991.

* CUADRADO ROURA, J.R. y RIO GOMEZ, C. DEL. Servicios y Areas Metropolitanas: la expansión y localización de los servicios a empresas. Documento presentado a las Jornadas de Trabajo sobre Desarrollo Económico y Servicios. IMADE. Madrid, Abril 1991.

* DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- Cuentas del Sector Industrial en la Comunidad de Madrid (1986-1989). Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Septiembre 1991.
- El Sector de Publicidad en la Comunidad de Madrid. Cuentas Económicas y Directorio 1989. Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Mayo 1991.
- El Sector de servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid. Volumen I: Cuentas Económicas 1990. Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Abril 1992.
- El Sector de Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid. Volumen II: Directorio 1991. Departamento de Estadística. Comunidad de Madrid. Junio 1992.

* GARCIA GARCIA, C. y SANZ MENENDEZ, L. "La demanda de servicios para la producción de la industria asentada en el suroeste metropolitano". Economía y Sociedad nº 4 (Diciembre 1990), pp. 137-165.

* GOMEZ DE ENTERRIA, P. Los servicios a las empresas en el área de Madrid. Consejería de Economía. Comunidad de Madrid. Documento de trabajo. Madrid 1986.

* INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA

- Contabilidad Nacional de España. Base 1985. INE. Madrid 1991.
- Encuesta de Población Activa. INE. Diversas publicaciones.
- Estadística sobre las actividades en Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico. Año 1988. Madrid 1991.

* MARCOS, C. y PALMERO, E. "El futuro regional. ¿Servicios versus industria?" Economía y Sociedad, nº 4 (Diciembre 1990), pp. 191-201.

* MARTIN, C.; MORENO, L. y ROMERO, L.R. "Actividades tecnológicas y estructura productiva y regional". Economía y Sociedad nº 4 (Diciembre 1990), pp. 119-136.

* MINER-INE Estadística de las empresas consultoras de ingenierías y de otros servicios tecnológicos. 1988. Ministerio de Industria y Energía. Madrid 1990.

* QUASAR Las actividades de servicios en la Comunidad de Madrid. Dirección General de Economía y Planificación. Comunidad de Madrid. Documento interno (3 tomos). Madrid, Octubre 1991.

* REBOLLO AREVALO, A. Diagnóstico sobre la demanda de servicios a empresas en España: la Comunidad de Madrid. Documento presentado a las Jornadas de trabajo sobre Desarrollo Económico y Servicios, IMADE. Madrid, Abril 1991.

* REVISTA ANUNCIOS

- Ranking de Agencias 1990. Suplemento mensual nº 13, Febrero 1991.
- Ranking de Agencias 1991. Suplemento mensual nº 24, Febrero 1992.

* RIO GOMEZ, C. DEL Los servicios a empresas en la moderna política regional. Documento presentado a las Jornadas de trabajo sobre Desarrollo Económico y Servicios, IMADE. Madrid, Abril 1991.

* RIO GOMEZ, C. DEL y GARCIA, B. "Dinámica regional y provincial del sector terciario". Papeles de Economía Española nº 42 (1990).

Comunidad de
Madrid