

# 2012

La consultoría española  
El sector en cifras 2012



asociación española  
de empresas de consultoría

כ



La consultoría española  
El sector en cifras 2012

asociación española  
de empresas de consultoría



# AECC



# Índice

Presentación

4

La consultoría española en 2012

6

La importancia de las TIC y la industria de la consultoría para la competitividad de España

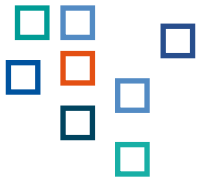
20

Agradecimientos

23

Miembros de la AEC

24



# Presentación



**Manuel Pimentel**

Presidente de la Asociación Española de Empresas de Consultoría (AEC)

**El sector de la consultoría española, cuyos datos más relevantes se publican en este nuevo informe de la AEC,** no ha podido sustraerse a la situación de crisis económica que afecta a nuestro país, y sus ventas en el mercado español han disminuido un 1,7 % en el ejercicio 2012. No obstante, el informe de la AEC presenta también algunos datos que invitan a mirar el futuro del sector con un moderado optimismo.

Lejos de rendirse a la evidencia de un mercado nacional en el que la demanda de servicios de consultoría se encuentra estancada desde 2008, las consultoras españolas están sabiendo aprovechar la oportunidad que representan los mercados internacionales. El crecimiento de las ventas en el exterior –un 63 % desde que comenzó la crisis y un 33,4 % solamente en el último ejercicio– constituye la mejor prueba de la competitividad de las empresas españolas en este mercado. Es probable que esta se

deba en parte a una contención de los márgenes en el sector; que se refleja en la reducción del indicador de facturación por empleado; sin embargo, en el trabajo de consultoría es imposible competir exclusivamente en precios, y el buen comportamiento de las empresas españolas se fundamenta de hecho en una bien ganada reputación de experiencia, *know-how* y competencia técnica.

Los buenos resultados en los mercados exteriores son, por tanto, un motivo de satisfacción para el sector y quizá también la prueba de que existe un modelo para que la economía española pueda salir de la profunda crisis en la que se encuentra sumida.

El éxito de las empresas de consultoría se basa, más que en ninguna otra cosa, en una cuidadosa selección de los profesionales y en su intensiva formación continua. Evidentemente, este modelo es más difícil de mantener en coyunturas recesivas

y en momentos en los que se imponen ajustes de precios y de costes. Los datos que hace públicos el informe de la AEC de este año demuestran que las consultoras españolas han sabido conjugar austeridad e inversión en capital humano: siguen apostando por la intensidad formativa, como demuestra el incremento del número de horas dedicadas a la formación por cada empleado en un 4,3 %, aunque han conseguido contener el presupuesto para la formación.

Por otro lado, la consultoría sigue siendo una de las mejores salidas laborales para los jóvenes españoles recién graduados que desean una rápida y sólida proyección profesional. No debemos olvidar que la sociedad española está demandando cada vez más empleos de calidad para unos jóvenes que mayoritariamente poseen uno o más títulos universitarios. La inversión que España viene realizando en educación superior no puede

rentabilizarse de otro modo que no sea la ocupación de estos jóvenes en sectores de alto valor añadido; solo de esta forma el capital humano se traduce en crecimiento y prosperidad. En 2012, aunque en España el empleo en el sector haya caído un 1,4 %, en el exterior ha crecido alrededor del 42 %, lo que supone un crecimiento global del 6 %, hasta alcanzar la cifra total de 136.069 empleados.

Es necesario destacar también que el crecimiento del sector durante el ejercicio de 2012, de un 5,9 %, se ha producido principalmente como consecuencia del buen comportamiento de las ventas de los servicios de *outsourcing*, que se han convertido en la principal fuente de ingresos de las empresas consultoras. Por otro lado, las instituciones financieras siguen siendo sus clientes más importantes y uno de los sostenes del crecimiento de sus ingresos, junto con el sector de las telecomunicaciones. No ocurre lo mismo con la demanda de servicios

de consultoría por parte de las Administraciones Públicas españolas, que se ha reducido un 15 %. Sabemos que el sector público español debe realizar un fuerte ajuste en su capítulo de gastos, pero confiamos también en que la peor parte de los ajustes haya concluido y en que las Administraciones Públicas españolas continuarán con sus políticas de modernización de los servicios y mejora de la eficiencia de sus procesos. En la consecución de estos objetivos encontrarán en las consultoras españolas sus mejores aliados y podrán contar con la experiencia que están acumulando tanto en España como en el resto del mundo.

Existen, por tanto, razones fundadas para afrontar el futuro no solo con la confianza que proporciona un escenario en el que pueden y deben desarrollarse políticas de crecimiento y de colaboración con el sector público, sino también con la seguridad de que la consultoría tiene un papel

clave en el proceso de alcanzar las soluciones adecuadas para nuestra economía y nuestra sociedad. La consultoría está llamada a aportar todo su compromiso, todo su esfuerzo, toda su voluntad de mejora, todo el talento que aglutina y todo el valor añadido que ofrece, y así lo hará como sector consolidado, competitivo y de vanguardia. Es el momento de seguir trabajando con firmeza y constancia en la competitividad de nuestras empresas, en la excelencia de nuestros profesionales y en la calidad de nuestros productos y servicios, y esperamos contar para ello con la colaboración responsable de todos los implicados en el negocio.

Por lo demás, espero y deseo que este informe aporte, como lo viene haciendo durante los últimos años, información fiable y útil a todo aquel interesado en el sector y quiero expresar mi agradecimiento a todas las empresas que han colaborado desinteresadamente en su elaboración.



# La consultoría española en 2012

## Resumen ejecutivo

El presente informe contiene un análisis detallado de la evolución del sector de la consultoría durante el ejercicio 2012. El informe se ha elaborado, como cada año a partir de 2004, con información obtenida mediante una encuesta a las principales empresas del sector.

El análisis se refiere prioritariamente a los ingresos de las empresas consultoras y su distribución, que se comparan con los del ejercicio precedente. También se estiman los ingresos del ejercicio 2013 a partir de los pronósticos de las propias empresas de consultoría.

Además, el estudio reúne información relevante sobre el número de profesionales que contrata el sector de la consultoría, la inversión que realizan sus empresas en materia de formación continua y otros datos de interés.

Algunas de las conclusiones que se vierten en el informe se pueden resumir de la siguiente manera:

- El mercado nacional de servicios de consultoría se halla sumido, como el resto de la economía española, en una profunda crisis. El valor de las ventas de servicios de consultoría no ha crecido desde 2008, año en el que se desató la crisis internacional.
- En esta tesitura, las empresas españolas han buscado nuevas fuentes de ingresos en los mercados internacionales a los que atienden, bien mediante exportaciones de servicios, bien a través de sus filiales en el exterior. Las ventas de las empresas españolas en otros países han crecido un 33,4 % en el último ejercicio.
- La plantilla de las consultoras españolas ha seguido una evolución similar a la de sus ingresos. El año 2013 es el primero





## Por primera vez, el mercado nacional decrece, después de cuatro años de estancamiento

en el que se aprecia una reducción del empleo (del 1,4 %) en la plantilla localizada en España, reducción que se ve más que compensada por el incremento de la plantilla en las filiales de las empresas españolas en el exterior (42,1 %).

- A pesar de la crisis, las empresas de consultoría no han abandonado su estrategia de recursos humanos, que se fundamenta en la calidad profesional y la formación intensiva de sus empleados. La inversión en formación se ha reducido ligeramente entre 2011 y 2012, pasando de 305 a 274 euros por empleado, pero ello se ha debido más a la contención de los costes de los servicios formativos que a la dedicación horaria por trabajador, que ha aumentado en el mismo período.
- Los servicios de *outsourcing* se han convertido en 2013 en la principal fuente de ingresos para las consultoras

españolas, lo que consolida una tendencia que se percibía desde 2004.

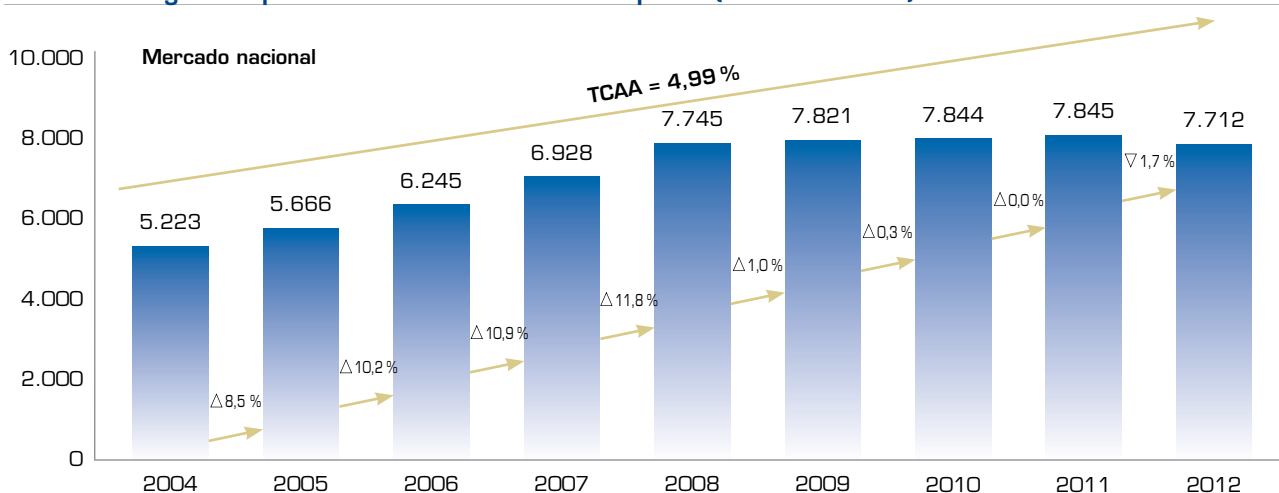
- Las instituciones financieras siguen siendo el cliente más importante de las consultoras españolas, seguidas de las empresas de telecomunicaciones y las Administraciones Públicas. Los ingresos por servicios prestados a estas últimas se han reducido en España en línea con el esfuerzo ahorrador del sector público, pero este efecto ha sido compensado por el incremento de las ventas a Administraciones Públicas de otros países.
- Los pronósticos de ventas para el curso 2013 apuntan a un incremento de las ventas en torno al 2 %, incluyendo el mercado nacional e internacional.

## Ingresos del sector de la consultoría

En el pasado reciente, el sector español de la consultoría ha consolidado su proceso de internacionalización. El valor generado por servicios prestados a los mercados internacionales no ha dejado de aumentar

desde 2004 y a partir de 2010 ha superado sistemáticamente el 20 % de los ingresos totales del sector. En el año 2012, las ventas del sector en el exterior –incluidos el valor de las exportaciones y el de la facturación de las filiales de empresas españolas en el exterior– se elevaron hasta el 27,1 %.

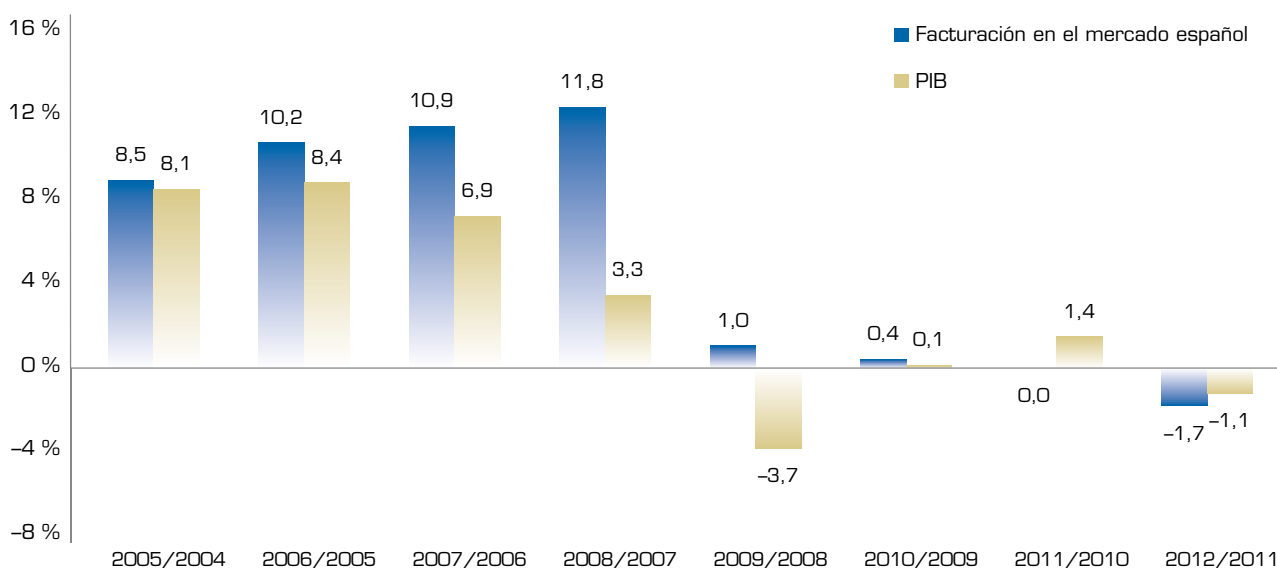
Cuadro 1. Ingresos por ventas en el mercado español (millones de euros)



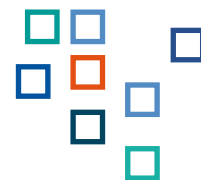
TCAA: tasa de crecimiento anual acumulativo.

Fuente: AEC.

Cuadro 2. Evolución de los ingresos de las empresas españolas de consultoría en el mercado nacional y del PIB español (a precios corrientes), 2004-2012 (tasas de crecimiento anual)



Fuentes: de los ingresos por servicios de consultoría: AEC; del PIB: INE, Contabilidad Nacional Trimestral de España, Base 2008.



Este proceso de internacionalización obliga a considerar la evolución del sector diferenciando dos mercados, el nacional y el internacional, que en los últimos años se están comportando de un modo muy diferente. En España, el crecimiento de los ingresos por servicios de consultoría se detuvo en 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis económica. Hasta ese ejercicio, las ventas del sector a empresas y Administraciones Públicas nacionales habían crecido con vigor; a partir de entonces, en cambio, las ventas a las compañías nacionales y a los diferentes niveles de la Administración española se han caracterizado por la atonía (véase el cuadro 1).

En 2012, el valor de las ventas en este segmento del mercado se situó en los 7.712 millones de euros, lo que representa una reducción del 1,7 %, en línea con el comportamiento de la economía española, que en ese mismo ejercicio se contrajo un 1,1 % (en términos nominales).

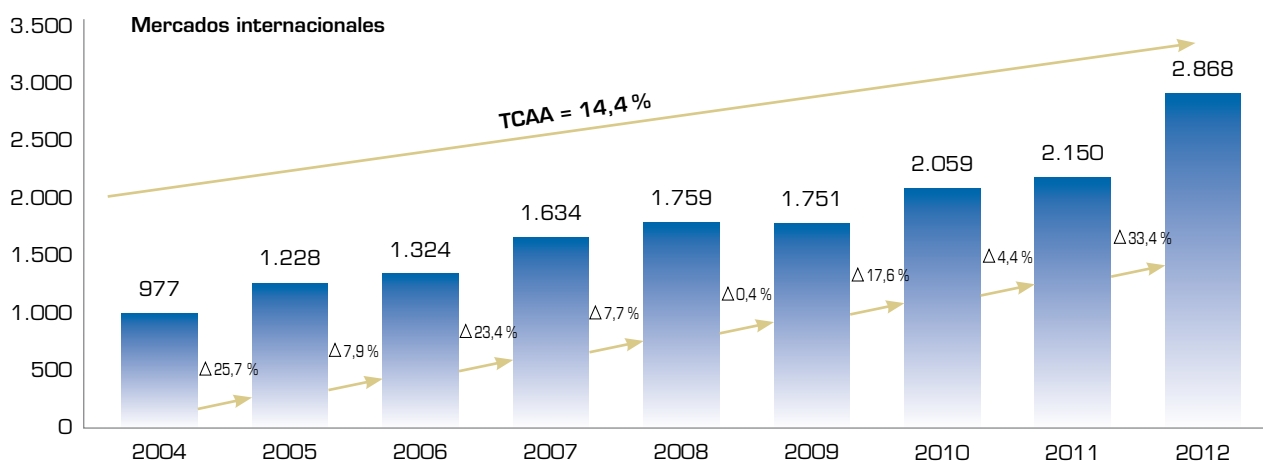
Los mercados internacionales manifestaron un comportamiento completamente diferente. En 2012, las ventas de las empresas españolas de consultoría en el exterior ascendieron a 2.868 millones de euros. Su

**El mercado exterior continúa siendo la fuente de crecimiento de la consultoría: en 2012, las ventas de las empresas españolas de consultoría en el exterior ascendieron a 2.868 millones de euros, hasta alcanzar el 27,1 % del total de los ingresos**

valor se ha triplicado entre 2004 y 2012, lo que supone una tasa media anual de crecimiento del 14,4 % (véase el cuadro 3).

En el último ejercicio, el incremento de estos ingresos ha sido del 33,4 %, debido tanto al crecimiento orgánico como a los movimientos corporativos de algunas empresas españolas en el exterior.

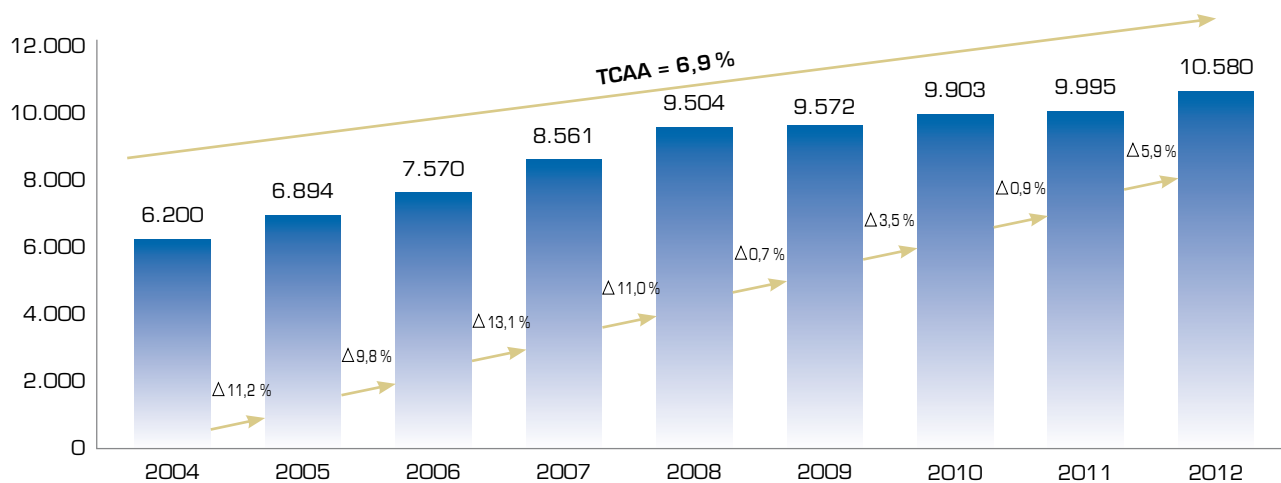
Cuadro 3. **Ingresos por ventas en mercados internacionales (millones de euros)**



TCAA: tasa de crecimiento anual acumulativo.

Fuente: AEC.

Cuadro 4. **Ingresos totales por ventas de las empresas españolas de consultoría y sus filiales en el exterior (millones de euros)**



TCAA: tasa de crecimiento anual acumulativo.

Fuente: AEC.

En su conjunto, las empresas españolas de consultoría facturaron un total de 10.580 millones de euros por sus servicios en 2012, un 5,9 % más que en el ejercicio anterior (véase el cuadro 4). Como ya se ha indicado, la totalidad de este crecimiento se debe a la buena marcha de los mercados internacionales, en los que las empresas

españolas han sabido sacar provecho de su experiencia y han demostrado su competitividad.

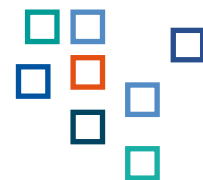
### Empleo en el sector de la consultoría

Al igual que ocurre con los datos de la facturación, los datos relativos a la plantilla de las empresas españolas de consultoría se interpretan mejor cuando se distingue entre la plantilla de los establecimientos radicados en España y la de las filiales de las empresas españolas en el exterior.

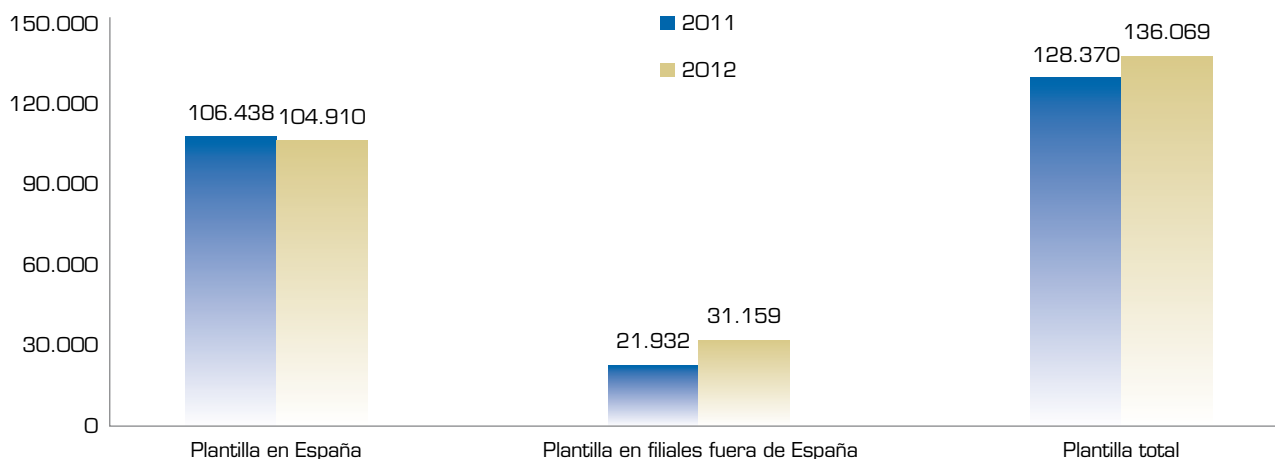
La plantilla en España se ha reducido un 1,4 % en 2012, hasta los 104.910 empleados, una reducción que no es tan significativa por su dimensión como por el hecho de que es la primera vez que se produce desde 2004, ejercicio a partir del cual se dispone de información comparable.

Por el contrario, el número de empleados en las filiales en el exterior ha aumentado un 42,1 %, tanto por el crecimiento orgánico como por las adquisiciones de empresas extranjeras, y la cifra total ha sobrepasado los

**Por primera vez, el sector de la consultoría destruye empleo en España: en los últimos años ha sido capaz de mantener y crear empleo, pero la caída de la demanda en el mercado nacional está teniendo una repercusión evidente en su capacidad de generarlo**



**Cuadro 5. Plantilla de las empresas españolas de consultoría en España y en las filiales en el exterior (número de empleados)**



Fuente: AEC.

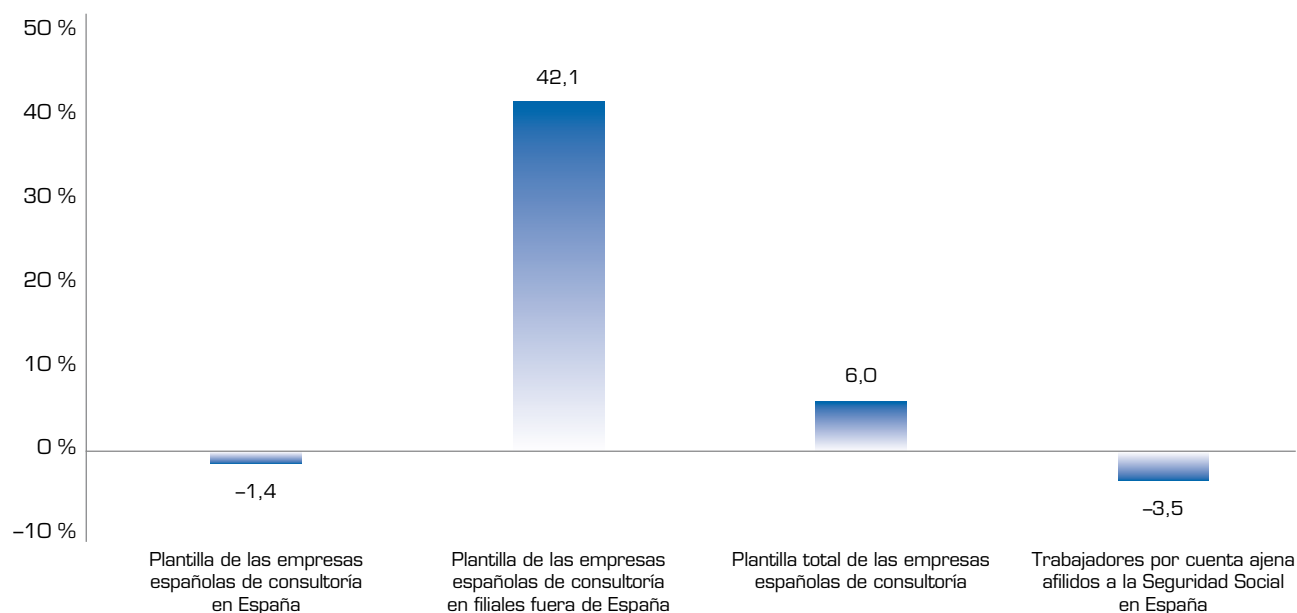
31.000 empleados. En total, la plantilla de las empresas españolas de consultoría se incrementó un 6 % en el ejercicio 2012.

En cualquier caso, los datos reflejan el interés de las empresas de consultoría por mantener en la medida de lo posible sus plantillas, aun

en las actuales circunstancias económicas y a pesar del descenso de las ventas en el mercado español.

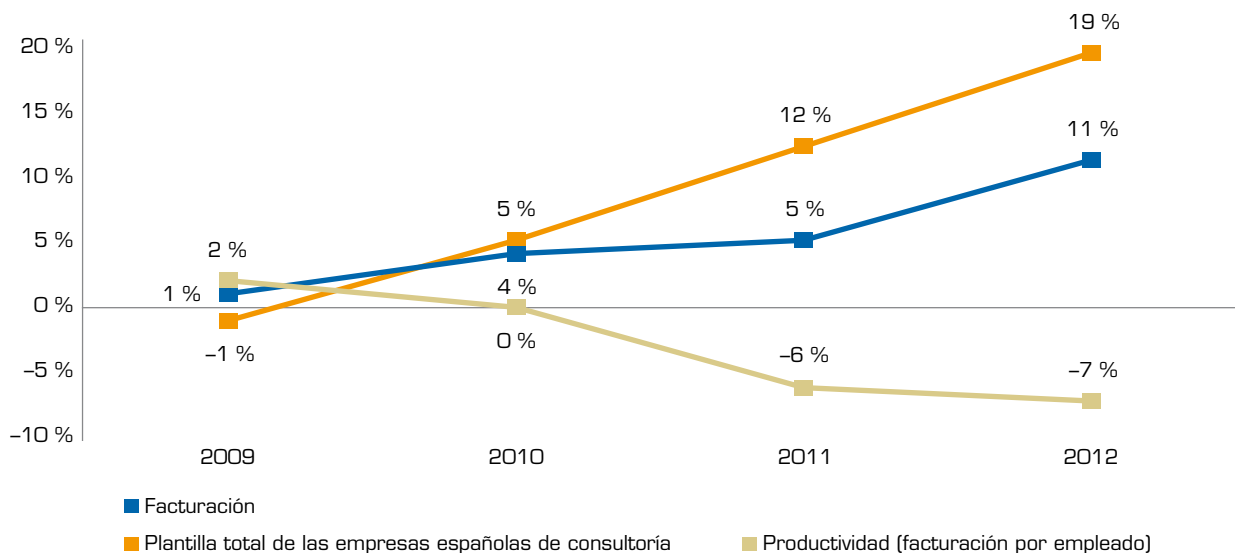
La evolución de los ingresos y la plantilla tiene sus consecuencias en los índices de productividad del sector. Los índices de

**Cuadro 6. Tasas de variación (2012/2011) de la plantilla de las empresas españolas de consultoría y de los afiliados (por cuenta ajena) a la Seguridad Social en España**



Fuentes: de la plantilla de las empresas españolas de consultoría: AEC; de los afiliados (por cuenta ajena) a la Seguridad Social en España: Anuario del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Cuadro 7. **Variación porcentual de la facturación, plantilla y productividad (facturación por empleado) en el sector de la consultoría con respecto al valor en 2008**



Fuente: AEC.

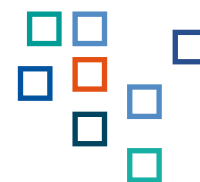
facturación por empleado se han resentido durante la fase de crisis económica, con un descenso en la facturación por empleado. La erosión de los índices de productividad no ha sido muy acusada, pero pone de manifiesto el esfuerzo de contención de precios que las empresas de consultoría han tenido que realizar, el cual ha debido de afectar también a sus márgenes.

**El sector de la consultoría continúa invirtiendo en formación muy por encima de la media española: invierte 37 millones de euros en 2012, con una media por empleado de 274 euros (2,5 veces el gasto medio por empleado en España)**

## Los recursos humanos en el sector español de la consultoría

En la sección anterior se ha puesto de manifiesto el esfuerzo del sector de la consultoría por mantener los índices de empleo en un contexto de fuerte crisis económica y reducción de los ingresos por venta de servicios. Para entender este tipo de políticas es necesario recordar que las empresas que trabajan en este sector crean valor gracias a la cualificación, la experiencia, los conocimientos y la iniciativa de sus empleados. El éxito y la estrategia de las empresas consultoras dependen de su capacidad para reunir y mantener una base de recursos humanos que constituye su activo más importante y la fuente principal de su competitividad.

Este es el motivo de que, incluso en etapas de crisis económica, las empresas consultoras se resistan a reducir sus plantillas, intentando retener profesionales que acumulan experiencia y conocimientos. Esto explica también que en una coyuntura económica negativa sigan invirtiendo en expandir el valor de sus recursos mediante la formación.



Estas características se aprecian con claridad en el comportamiento de algunos de los indicadores relativos a la política de recursos humanos en el sector (véase el cuadro 8). En el conjunto del sector, el porcentaje que representan los empleados con títulos superiores ha aumentado en 2012 hasta el 71,7 % de la plantilla. Este índice es muy superior al que se observa en el conjunto de la economía española, donde solamente el 26,3 % de los ocupados dispone de título universitario. Se ha dicho abiertamente que la generación actual es la más y mejor formada de su historia. Lo cierto es que, en España, el sector de la población que accede a la enseñanza universitaria es hoy mayor que nunca. No obstante, desde una perspectiva macroeconómica, la salud del mercado de trabajo depende de que existan sectores productivos que demanden profesionales cualificados en cantidad suficiente para absorber cohortes de población cada vez más y mejor preparadas. La consultoría es uno de estos sectores.

Las empresas de consultoría no se conforman con la contratación de titulados universitarios;

## El porcentaje de titulados superiores en las plantillas de las empresas de consultoría supera el 70 %, mientras que la media nacional es del 26 %

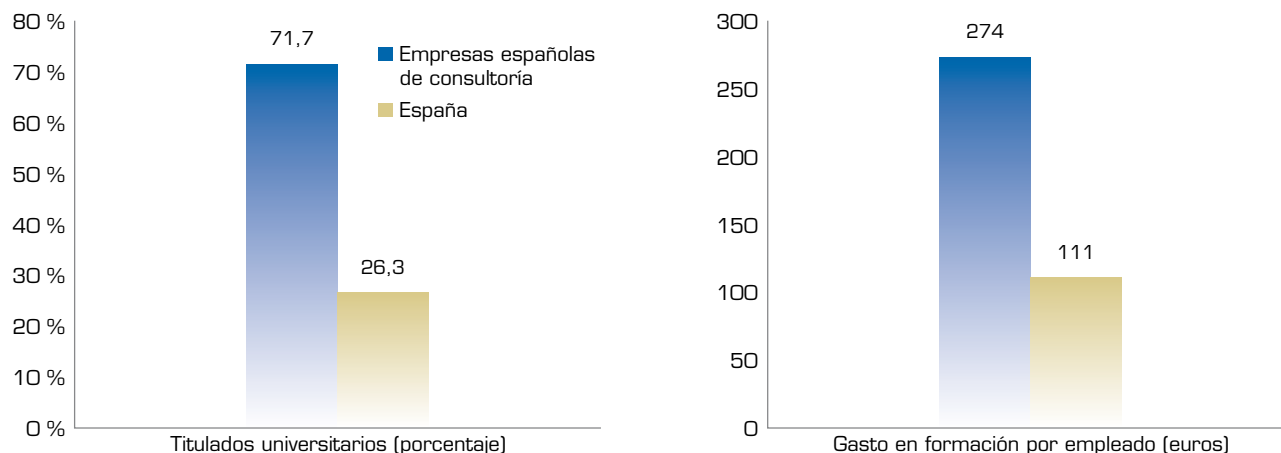
ni siquiera cuando seleccionan a los individuos con los mejores expedientes académicos interpretan que su preparación ya ha terminado, de ahí que el esfuerzo económico que dedican a la formación de sus empleados se encuentre muy por encima de lo que es normal en la economía española. En 2012, las consultoras españolas destinaron un total de 37 millones de euros a formación, con lo que el gasto en formación por empleado se situó en los 274 euros, es decir, 2,5 veces el gasto medio por empleado en España.

Cuadro 8. **Indicadores relativos a las políticas de recursos humanos en el sector español de la consultoría**

	2011	2012
Titulados universitarios en las empresas españolas de consultoría (porcentaje)	69,3	71,7
Ocupados con título universitario en toda la economía española (porcentaje)	25,5	26,3
Mujeres en las empresas españolas de consultoría (porcentaje)	33,4	34,2
Gasto en formación de las empresas españolas de consultoría (millones de euros)	39	37
Gasto en formación por empleado en las empresas españolas de consultoría (euros)	305	274
Gasto en formación por empleado en toda la economía española (euros)	111	—
Formación por empleado en las empresas españolas de consultoría (horas anuales)	30,5	31,8

Fuentes: de los ocupados con título universitario en España: INE, Encuesta de Población Activa; del gasto en formación por empleado en España: INE, Encuesta Anual de Costes Laborales; del resto de los datos: AEC.

**Cuadro 9. Comparación de la presencia de titulados y del gasto formativo en el sector español de consultoría y en la economía española**



Fuentes: de los ocupados con título universitario en España: INE, Encuesta de Población Activa; del gasto en formación por empleado en España: INE, Encuesta Anual de Costes Laborales; del resto de los datos: AEC.

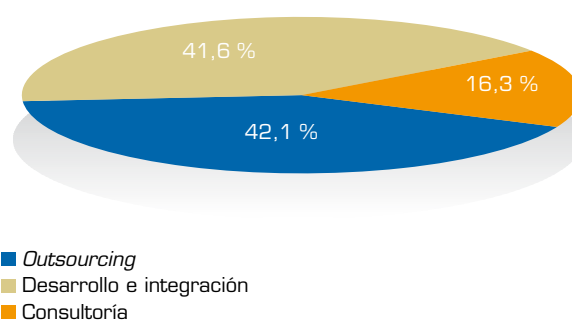
Con respecto a 2011, la inversión en formación en el sector ha descendido, tanto en términos absolutos como relativos. Es normal que en una etapa de crisis las empresas quieran ajustar todas las partidas de gasto; sin embargo, en el caso del sector de la consultoría, lo sucedido no debe interpretarse como una reducción de las acciones formativas destinadas a los empleados. En realidad, el número de horas de formación por empleado creció en 2012 un 4,3 %, lo que lleva a la conclusión de que el presupuesto en formación se contrajo como consecuencia de una reducción de los costes de los servicios formativos.

### Distribución de los ingresos por servicios prestados

Los ingresos por ventas de las empresas de consultoría se concentran fundamentalmente en dos tipos de servicio: los servicios de *outsourcing*, que en 2012 supusieron el 42,1 % de los ingresos por ventas del sector, y los de desarrollo e integración, que representaron un 41,6 %.

Con respecto a 2011, los servicios de *outsourcing* incrementaron su peso en los ingresos del sector. De hecho, 2012 es el primer ejercicio en el que los ingresos por servicios de *outsourcing* superaron a los de desarrollo e integración y se convirtieron en la primera fuente de ingresos para las empresas del sector. Este hecho confirma una tendencia perceptible desde 2004. En un contexto

**Cuadro 10. Distribución de los ingresos del sector por tipos de servicio (2012)**

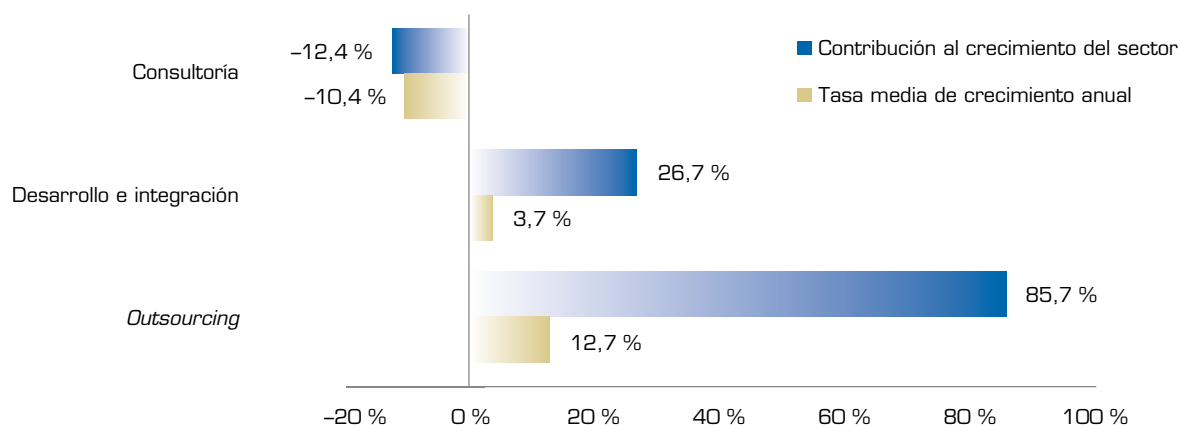


Fuente: AEC.





Cuadro 11. **Tasa media de crecimiento anual y contribución de los servicios más importantes al crecimiento del sector (2012)**



Fuente: AEC.

marcado por la crisis, la mayor demanda de este tipo de servicios se explica por el hecho de que los clientes de la consultoría intentan modificar su estructura de costes, reduciendo al máximo el capítulo de los costes fijos, para lo cual optan por externalizar parte de sus actividades, especialmente cuando eso contribuye a mejorar su eficiencia operativa.

Por su parte, los servicios de consultoría siguieron la misma tendencia de ejercicios anteriores y su peso en el conjunto de las ventas se redujo desde el 18 % en 2011 hasta el 16,3 % en 2012.

El crecimiento del sector en 2012 se debe en gran parte al dinamismo de los servicios de *outsourcing*, que son, de todos los que ofrecen las empresas de consultoría, los que han crecido a un mayor ritmo: el 12,7 %. Su éxito explica el 85,7 % del incremento de la facturación en este ejercicio (véase el cuadro 11).

Las ventas de servicios de desarrollo e integración también han aumentado en 2012, aunque a un ritmo inferior. Su evolución explica el 26,7 % del crecimiento de las ventas del sector en este período.

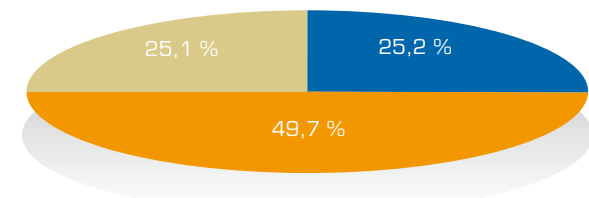
Por último, los servicios de consultoría son los que han presentado el peor comportamiento: su valor se ha reducido un 10,4 % en 2012.

### Composición interna de los ingresos en 'outsourcing'

El área de *outsourcing* es la más importante por su contribución a las ventas de las empresas consultoras. En ella descansa buena parte de la prosperidad del sector.

**Por primera vez el 'outsourcing' supera a los servicios de desarrollo e integración y se convierte en la primera fuente de ingresos: el 87,5 % del crecimiento de las ventas de consultoría corresponde al 'outsourcing'**

Cuadro 12. **Distribución de los ingresos del sector en los servicios de 'outsourcing' (2012)**



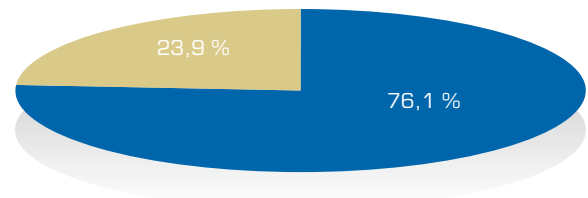
- Outsourcing de tecnologías de la información
- Servicios de gestión de aplicaciones
- Outsourcing de procesos de negocio

Fuente: AEC.

Entre los servicios de *outsourcing* prestados por las consultoras españolas predominan los relacionados con la gestión de aplicaciones. En la actualidad representan la mitad de los ingresos en *outsourcing*. En segundo lugar se encuentran los servicios ligados a las tecnologías de la información, que constituyen el 25,2 % de los ingresos en esta categoría. Finalmente, el 25,1 % de los ingresos de las consultoras españolas por *outsourcing* procede de la externalización de procesos de negocio en las empresas clientes. De los tres mencionados, este segmento es el que más ha crecido durante el último año.

**Los sectores más dinámicos de la economía son los que demandan más servicios de consultoría: el sector financiero y el de las telecomunicaciones representan el 43 % del negocio de consultoría**

Cuadro 13. **Distribución de los ingresos del sector en los servicios de desarrollo e integración (2012)**



- Desarrollo de aplicaciones
- Despliegue e integración

Fuente: AEC.

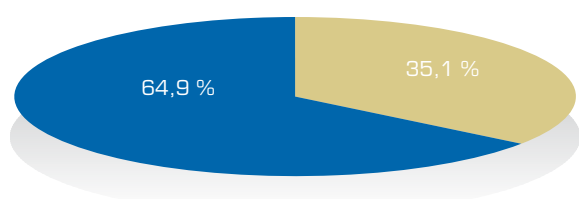
### Composición interna de los ingresos en desarrollo e integración

En esta área se encuentran dos servicios de diferente naturaleza: los de desarrollo de aplicaciones y los de despliegue e integración. Los primeros han incrementado su participación en los ingresos de esta área hasta el 76,1 %, mientras que los segundos representan el 23,9 %.

### Composición interna de los ingresos en consultoría

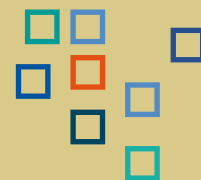
Los servicios de consultoría convencional constituyen la única área de negocio de las consultoras españolas que ha generado

Cuadro 14. **Distribución de los ingresos del sector en los servicios de consultoría (2012)**



- Consultoría tecnológica
- Consultoría de negocio

Fuente: AEC.



menos ingresos en 2012 que en 2011. Su composición interna está dominada por la consultoría tecnológica, que genera el 64,9 % de las ventas por este concepto, frente a la consultoría de negocio, que supone el 35,1 % restante. No se aprecian, en este sentido, variaciones sustanciales con respecto al ejercicio precedente.

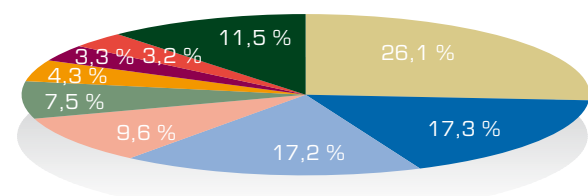
### Distribución de los ingresos por sectores clientes

El sector español de la consultoría cuenta con una variada cartera de clientes, en la que pueden encontrarse empresas de todos los sectores económicos. No obstante, algunos sectores económicos, por su tamaño o por su propensión al consumo de servicios de consultoría, concentran la mayor parte de la demanda de servicios de consultoría.

De entre los sectores que consumen servicios de consultoría, el más importante en términos cuantitativos es el de los servicios financieros. En 2012, las instituciones financieras adquirieron servicios de consultoría por valor de 2.761 millones de euros, el 26,1 % de los ingresos del sector.

La demanda de las Administraciones Públicas ha experimentado una caída del 15 % en el ejercicio 2012

Cuadro 15. **Distribución de los ingresos del sector de la consultoría por sectores clientes (2012)**



- Servicios financieros
- Telecomunicaciones y media
- Administraciones Públicas
- Transporte y viajes
- Energía (petróleo, carbón, minería...)
- Fabricación
- Distribución
- Empresas de utilidad pública
- Otros

Fuente: AEC.

Cuadro 16. **Ingresos por ventas a los sectores clientes más importantes en el mercado español (millones de euros)**

	2011	2012
Servicios financieros	2.445	2.378
Telecomunicaciones y media	1.391	1.403
Administraciones Públicas	1.470	1.245

Fuente: AEC.

A continuación en orden de importancia se halla el sector de las telecomunicaciones, que supone el 17,3 % de la facturación por servicios de consultoría y las Administraciones Públicas, con un 17,2 %.

El peso relativo de estos tres sectores en las ventas de las consultoras españolas aumentó levemente. El caso de las Administraciones Públicas difiere de los demás en que sus adquisiciones aumentaron gracias únicamente a la demanda exterior, mientras que el valor de las ventas a las Administraciones Públicas españolas se redujo un 15 %, desde los 1.470 millones de euros hasta los 1.245 (véase el cuadro 16). Esta información es coherente con los datos facilitados por LICITA sobre la evolución del valor de las licitaciones de las Administraciones Públicas en los ejercicios 2011 y 2012.

En un segundo nivel se encuentran los clientes de los sectores del transporte y energético, que representan el 9,6 % y el 7,5 %, respectivamente, de las ventas.

Estos cinco sectores no solo son los clientes más importantes, en términos cuantitativos, del sector español de consultoría, sino que además son los únicos que han ganado peso relativo entre 2011 y 2012.

El resto de los clientes de las consultoras españolas lo componen las empresas de

fabricación (4,3 %), las de distribución (3,3 %) y las *utilities* (3,2 %).

La categoría residual "Otros" supone el 11,5 % de las ventas del sector.

Para un sector dado, la importancia relativa de sus clientes puede medirse por el efecto tractor que estos ejercen sobre él con su demanda. En el período 2008-2012, en el que se ha apreciado más nitidamente el efecto de la crisis económica, los grupos de clientes más importantes han contribuido de un modo muy diferente al crecimiento de los ingresos totales.

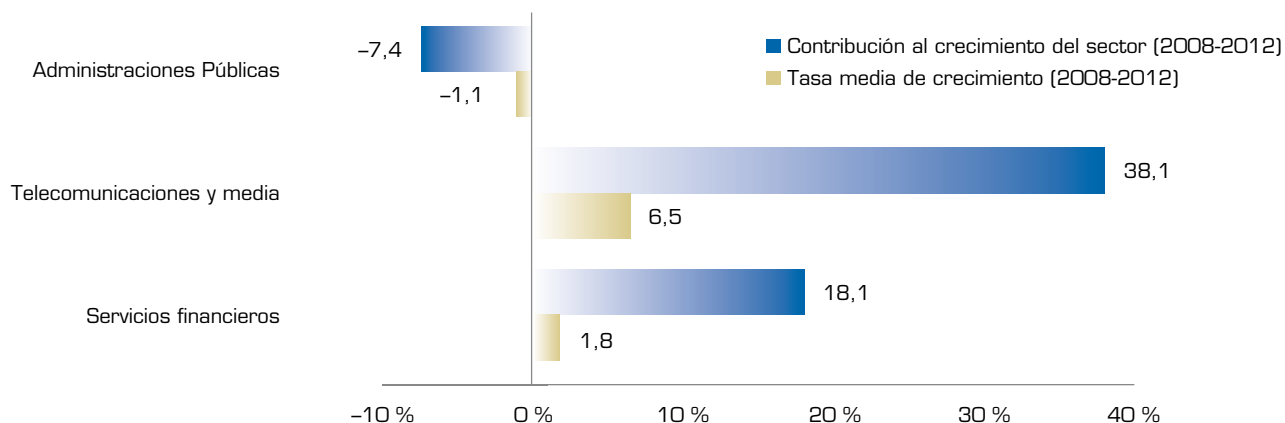
El cuadro 17 muestra la tasa media de variación y la contribución al crecimiento de los tres grupos de clientes más importantes. De ellos, el que más ha contribuido al crecimiento del valor de las ventas y explica el 38,1 % del incremento de los ingresos de la consultoría española en el período 2008-2012 es el de telecomunicaciones y media, cuyas compras han crecido a una tasa media anual del 6,5 %.

El efecto tractor de la demanda de las instituciones financieras ha sido más modesto: el 18,1 %.

El tercer cliente en orden de importancia para las consultoras españolas, las Administraciones Públicas, ha operado en



Cuadro 17. **Tasa media de crecimiento anual y contribución de los sectores clientes más importantes al crecimiento del sector (2008-2012)**



Fuente: AEC.

sentido contrario. Las ventas a este sector se han reducido desde el comienzo de la crisis a una tasa media anual del 1,1 % y su efecto neto sobre el crecimiento de las ventas ha sido negativo.

### Previsiones de ingresos para 2013

Para el ejercicio 2013 se prevé un incremento del 2 % en las ventas del sector de la consultoría. De acuerdo con esta

estimación, la facturación del sector ascenderá hasta los 10.787 millones de euros. Se estima que este crecimiento siga basándose en la evolución de los ingresos por ventas en otros países más que en lo que ocurra en el mercado español.

Por otra parte, de acuerdo con los pronósticos de las empresas del sector, en 2013 no se prevén alteraciones sustanciales de la estructura interna de los ingresos, ni por servicios ni por sectores clientes.



# La importancia de las TIC y la industria de la consultoría para la competitividad de España



**Victor Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín**

Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

Quiero comenzar agradeciendo muy sinceramente la amable invitación del presidente de la Asociación Española de Empresas de Consultoría para participar, como secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, en la memoria anual de la asociación, que se ha convertido en un documento de referencia para los responsables de cualquier sector económico y, en particular, del sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La abundancia de datos aportados y el rigor de su análisis serán sin duda de gran utilidad para los lectores.

Para España, las TIC son un elemento fundamental en la consecución de un desarrollo económico sostenible y generador de empleo. Por ello constituyen un sector

clave para el Gobierno, tanto por su peso específico en el conjunto de la economía como por su impacto en las mejoras de productividad en otros sectores económicos.

El sector de las TIC se encuentra actualmente inmerso en un proceso de transformación en el que la Administración quiere participar de manera activa, como agente facilitador y catalizador. Aunque es obvio que el protagonismo de estos cambios pertenece al sector privado, el Gobierno puede y debe influir de manera activa en el desarrollo futuro, siempre en beneficio de las empresas y los ciudadanos españoles.

Las actuaciones del Gobierno en materia de telecomunicaciones y sociedad de la información se enmarcan dentro de la Agenda Digital para España, que fue aprobada el



pasado 15 de febrero de 2013 por acuerdo del Consejo de Ministros con el objetivo de desarrollar la economía y la sociedad digitales para el período 2013-2015. La Agenda Digital fue presentada conjuntamente por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y en su elaboración participaron un elevado y representativo número de agentes sociales y del mundo de la empresa y de la Administración.

A modo de ejemplo, en el marco de la Agenda Digital, el Gobierno está emprendiendo ya importantes actuaciones, como la elaboración de la nueva Ley General de Telecomunicaciones, el Plan de Redes Ultrarrápidas, el Plan de Internacionalización del sector de las TIC, la puesta en valor del Dividendo Digital y el rediseño del sistema de

ayudas de la I+D+i, con el objetivo de contribuir, en la medida de sus posibilidades, a que el sector TIC siga siendo uno de los más activos, dinámicos e innovadores de la economía española.

En este sentido, si hay un sector que convive a diario con la transformación y la innovación, ese es el de la consultoría, formado por empresas que, a su capacidad para asesorar a sus clientes en la mejora de sus procesos de negocio, añaden su visión estratégica y su voluntad de acompañar a las organizaciones en su adaptación a los cambios de toda índole. En consultoría trabajan muchos de los jóvenes españoles con mejor formación y mayor proyección, atraídos por las grandes posibilidades de promoción profesional y por un puesto de trabajo de la más alta cualificación. No es

necesario insistir en la importancia de este hecho en el panorama actual de nuestro mercado laboral.

Gracias al talento aportado por estos jóvenes y a la experiencia acumulada por sus empresas a lo largo de los años, la industria española de la consultoría lidera proyectos nacionales e internacionales de gran complejidad que suponen una importante tracción para empresas de otros sectores, con lo que contribuyen de manera decisiva a aumentar la actividad económica y la competitividad españolas.

Aunque el marco actual de reducción presupuestaria ha mermado en cierta medida el peso del sector público en la facturación de las empresas consultoras, todavía se trata de un sector estratégico para la mayoría de ellas. En este sentido, es justo reconocer el papel que en la transformación a todos los niveles del sector público puede tener la labor de las empresas de consultoría, no solo por su capacidad de proponer soluciones innovadoras, provenientes, en muchos casos, de sus propios procesos de transformación interna, sino también por sus posibilidades de aportar las mejores prácticas de las Administraciones de otros países, de las cuales siempre es posible aprender.

Rediseño de procesos internos, eliminación de cargas burocráticas, nuevas y más modernas herramientas de atención al ciudadano, exploración de las posibilidades de la colaboración público-privada para afrontar proyectos complejos en época de restricciones presupuestarias, fomento de la transparencia... son solo una muestra de los retos que tiene la Administración en los próximos años, ante los cuales las empresas de consultoría pueden contribuir aportando soluciones innovadoras y basadas, en ocasiones, en herramientas tecnológicas como las redes sociales, la tecnología móvil y el *big data*. La Administración, a su vez, puede contribuir a la exportación de las mejores de

estas soluciones, actuando como prescriptor de alto nivel y contribuyendo de este modo a la internacionalización del sector de las TIC de nuestro país. La relación entre el sector público y el sector de la consultoría puede reportar, por tanto, importantes beneficios para ambas partes.

Es posible que algunos de los indicadores y datos presentados en esta memoria puedan mostrar una evolución coyuntural algo negativa. No obstante, me gustaría terminar subrayando que, pese a las actuales dificultades económicas, España es un país de oportunidades y de futuro. La recuperación tendrá que venir ligada a una apuesta decidida por la innovación empresarial, por la mejora de la competitividad y por la puesta en marcha de una Administración eficiente y sostenible. Por su capacidad para crear un elevado valor añadido –aspecto que, en última instancia, caracteriza a la actividad consultora–, la industria española de consultoría tiene, en todos estos aspectos, un papel muy relevante que desempeñar en los próximos años.





# Agradecimientos

La AEC quiere agradecer su colaboración a todas las empresas que han participado facilitando sus datos y su visión, lo que ha permitido la realización de este informe.

Así, las empresas que han colaborado en él son las siguientes: Accenture, Altran, Atos, Ayesa, Axpe, Capgemini, Cibernos, Delaware, Deloitte, Entelgy, Ernst & Young, Everis, GFI, Hewlett-Packard, Hitachi, Ibermática, IBM, Informática El Corte Inglés, S.A. (IECISA), IKEI, Indra, INSA, IT Consulting and Integration Services, LKS, Neoris, Oesía, Prosap, PwC, Sermicro, Sopra Group, Steria, Tecnom, T-Systems, UNIT4, Unisys, Vass Consultoría de Sistemas SL y ACEC.

# Miembros de la AEC



Alto rendimiento. Hecho realidad.

## ACCENTURE

Plaza Pablo Ruiz Picasso, s/n, planta 31  
Torre Picasso  
28020 Madrid  
Tel.: 91 596 60 00  
Fax: 91 596 66 95  
www.accenture.es



## ALTRAN

Parque Empresarial Las Mercedes  
Campezo, 1, Edificio 1  
28022 Madrid  
Tel.: 91 550 41 00  
Fax: 91 550 40 02  
www.altran.com



## ATOS

Albarracín, 25  
28037 Madrid  
Tel.: 91 214 88 00  
Fax: 91 754 32 52  
www.es.atos.net



## AYESA

Estadio Olímpico de Sevilla. Edificio NO.  
Puerta P. Isla de la Cartuja. Sector  
Norte. 41970 Santiponce - Sevilla  
Tel.: 902 995 556  
www.ayesa.com



## CAPGEMINI

Anabel Segura, 14, Edificio Cedro  
28108 Alcobendas - Madrid  
Tel.: 91 657 70 00  
Fax: 91 661 20 19  
www.es.capgemini.com



## CEGOS ESPAÑA

Fray Bernardino de Sahagún, 24  
28036 Madrid  
Tel.: 91 270 50 00  
Fax: 91 270 50 01  
www.cegos.es



## DELAWARE

Edificio Nuestra Señora del Pilar  
Norias, 92, 1.ª planta  
28221 Majadahonda - Madrid  
Tel.: 91 658 72 00  
Fax: 91 653 31 06  
www.grupodelaware.com



## DELOITTE

Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1  
Torre Picasso  
28020 Madrid  
Tel.: 91 514 50 00  
Fax: 91 514 51 80  
www.deloitte.com



## ERNST & YOUNG

Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1  
Torre Picasso  
28020 Madrid  
Tel.: 91 572 72 00  
Fax: 91 572 75 25  
www.ey.com/es



## EVERIS

Avda. de Manoteras, 52  
28050 Madrid  
Tel.: 91 749 00 00  
Fax: 91 749 00 01  
www.everis.es



## GFI

Serrano Galvache, 56, 7.ª planta  
Parque Norte - Edificio Encina  
28033 Madrid  
Tel.: 91 383 63 20  
Fax: 91 383 28 65  
www.gfi.es



## HEWLETT-PACKARD

Vicente Aleixandre, 1  
Parque Empresarial Madrid-Las Rozas  
28232 - Las Rozas (Madrid)  
Tel.:  
Fax:  
www.hp.es



## INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES, S.A.

Santa Hortensia, 26-28  
28002 Madrid  
Tel.: 91 397 66 11  
Fax: 91 519 39 87  
www.ibm.com/es/



## Indra

Avenida de Bruselas, 35  
28108 Alcobendas - Madrid  
Tel.: 91 480 50 00  
Fax: 91 480 50 58  
www.indracompany.com

## INFORMÁTICA

El Corte Inglés

## INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS, S.A.

Travesía Costa Brava, 4  
28034 Madrid  
Tel.: 91 387 47 00  
Fax: 91 387 47 76  
www.iecisa.es



Ingeniería de Software Avanzado

## INSA, INGENIERÍA DE SOFTWARE AVANZADO, S.A.

Avenida de Burgos, 8A, Edificio Bronce  
28036 Madrid  
Tel.: 91 383 40 60  
Fax: 91 383 40 90  
www.insags.com



## IOR CONSULTING

Paseo de Gracia, 46, 4  
08007 Barcelona  
Tel.: 93 467 18 20  
Fax: 93 467 45 60  
www.ior.es



## NEORIS

Practical Visionaries  
María de Portugal, 1-3-5, Edificio 2  
28050 Madrid  
Tel.: 902 538 010  
Fax: 902 538 020  
www.neoris.com



## OESÍA

Santa Leonor, 65, Edificios A y B  
28037 Madrid  
Tel.: 91 309 86 00  
Fax: 91 375 82 16  
www.oesia.com



## PwC

Paseo de la Castellana, 259 B  
28046 Madrid  
Tel.: 902 021 111  
Fax: 91 568 42 36  
www.pwc.es



## SOPRA GROUP

Avda. de Manoteras, 48  
28050 Madrid  
Tel.: 91 112 80 00  
Fax: 91 112 84 81  
www.sopragroup.es



## TECNOCOM

Josefa Valcárcel, 26  
28027 Madrid  
Tel.: 901 900 900  
Fax: 91 436 81 51  
www.tecnocom.es



## IT CONSULTING AND INTEGRATION SERVICES

Valgrande, 6  
28108 Alcobendas - Madrid  
Tel.: 91 323 69 26  
Fax: 91 714 70 05  
http://tvt.schneider-electric.com/ITC



## UNISYS, S.L.U.

Ramírez de Arellano, 29, 5.ª planta  
Edificio Merrimack II, 28043 Madrid  
Tel.: 91 353 58 00  
Fax: 91 519 58 10  
www.unisys.es



## VASS

Doctor Severo Ochoa, 25, Edificio Fiteni V  
28100 Alcobendas - Madrid  
Tel.: 91 622 34 04  
Fax: 91 661 68 33  
www.vass.es



## ACEC ASSOCIACIÓ CATALANA D'EMPRESES CONSULTORES

Plaça Catalunya, 9  
08002 Barcelona  
Tel.: 93 492 57 37  
Fax: 93 492 57 01  
www.asocat.org





asociación española  
de empresas de consultoría

Monte Esquinza, 34, 2.º B, 28010 MADRID • Tel.: +34 91 308 01 61  
E-mail: [consultoras@consultoras.org](mailto:consultoras@consultoras.org)  
[www.consultoras.org](http://www.consultoras.org)

