

LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CEE

Los servicios a las empresas han adquirido una extraordinaria importancia en las economías más avanzadas, una vez conocidos sus efectos dinamizadores de la economía en su conjunto y su cada vez más estrecha vinculación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La Comunidad Europea no ha permanecido insensible a esta realidad, sino más bien lo contrario, tal como pone de manifiesto **Victor Pou Serradell** en este trabajo, en el que, después de abordar una sistematización del sector, da cuenta de la posición de la Comunidad respecto a él a través de informes tan conocidos como los realizados en el contexto del Programa FAST y el más reciente sobre *El coste de la no-Europa*.

INTRODUCCION: PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS

COMO es ya bien sabido, las actividades de servicios han pasado a ocupar una posición muy destacada en el conjunto de las economías avanzadas. En pocos años, el sector terciario ha pasado de ser considerado residual e improductivo a ocupar el primer puesto de la clasificación sectorial de las actividades económicas, tanto si se considera el empleo como la producción.

En concreto, si tomamos la variable empleo como indicador de esta transformación o evolución de los servicios, su importancia se pone de manifiesto con sólo considerar que seis de cada diez personas de la Comunidad Económica Europea están empleadas en servicios. De éstas, cuatro lo hacen en servicios de mercado o comercializables y dos en servicios públicos, de carácter no

comercializable. La posición relativa de la CEE en este terreno está por delante de la de Japón, pero algunos puntos por detrás de la de Estados Unidos, donde los servicios acaparan más del 70 por 100 de los puestos de trabajo. Sin embargo, hay que subrayar la positiva dinámica de la Comunidad Europea en los últimos años en este terreno. Entre 1970 y 1985, el crecimiento del empleo terciario en la entonces Comunidad de los Nueve fue de 12 puntos porcentuales, pasando, de este modo, del 48,4 al 60,4 por 100.

En relación con la creación y destrucción de puestos de trabajo dentro de la Comunidad Europea (nueve países miembros), en el período comprendido entre 1970 y 1986, los servicios generaron 16.720.000 puestos, mientras la agricultura perdía 5.520.000 y la industria 10.290.000 puestos de trabajo. En el mismo espacio de tiempo, el sector terciario en Estados Unidos consi-

guió crear 25.400.000 empleos, equivalentes al 96 por 100 de la cifra total de aumento de los puestos de trabajo en dicho país.

Obviamente, al aludir al sector terciario hay que tener presente la diversidad y heterogeneidad de las actividades que lo integran, y de las que no cabe suponer que todas han contribuido en igual medida al avance del sector, considerado de manera global. Precisamente, una de las ramas de servicios que más interés ha venido suscitando en los últimos años es la de los servicios a la producción, o a las empresas, cuyo dinamismo se ha hecho especialmente patente a lo largo de la crisis económica, sin que en la actualidad se vislumbre una posible recaída en la misma, sobre todo si el desarrollo tecnológico sigue su curso.

El objetivo de este artículo consiste, precisamente, en realizar algunas consideraciones sobre esta rama de actividad que, por otro lado, sigue adoleciendo de un notable desconocimiento por parte de los estudiosos del sector, debido, por un lado, a la diversidad de actividades que se agrupan bajo la rúbrica de «servicios a las empresas», y, por otro, a la carencia de información estadística sobre su evolución. Con el fin de eludir en lo posible la problemática que plantea esta diversidad, vamos a agrupar los «servicios a las empresas» en cinco grandes apartados: servicios operativos, profesionales, de información e informática, técnicos y de *marketing*. Ellos nos servirán de soporte a la hora de analizar y cuantificar la importancia, en términos de empleo y producción, de los distintos «servicios a las empresas» comprendidos en esta tipología.

Una de las notas distintivas de

CUADRO N.º 1

**TIPOLOGIA DE PRESTACIONES DE SERVICIOS A LAS EMPRESAS (SE)
Y TIPOLOGIA FUNCIONAL**

	TIPOLOGIA DE PRESTACIONES (SE)	TIPOLOGIA FUNCIONAL
A. FUNCION ADMINISTRATIVA-CONTABLE FINANCIERA-PERSONAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oficinas de consultoría financiera y económica. 2. Oficinas de contabilidad (auditoría contable, gestión y control). 3. Oficinas de consultoría jurídica y fiscal (abogados, notarios, procuradores). 4. Auditoría externa. 5. Sociedades de formación de personal. 6. Sociedades de selección de personal. 7. Sociedades de <i>factoring</i> (pago salarios, facturas). 8. Servicio oficina (mecanografía, reprografía, traducción, <i>mailing</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> A1. Gestión jurídica, financiera y económica. A2. Gestión administrativa. A3. Gestión de personal.
B. GESTION DE LA PRODUCCION (no concierne a las empresas de servicios)	<ol style="list-style-type: none"> 9. Ingeniería industrial, de sistemas de proceso (excepto muebles, informática, gestión). 10. Ensamblajes. 11. Sociedades y organismos de investigación y desarrollo. 12. Sociedades de mantenimiento y reparación del aparato productivo (servicios suministrados por el proveedor). 13. Sociedades de medida y control de calidad. 14. Sociedades de recuperación. 	<ol style="list-style-type: none"> B1. Ingeniería industrial. B2. Gestión de la producción.
C. FUNCION COMERCIAL	<ol style="list-style-type: none"> 15. Sociedades de consultoría en <i>marketing</i>, estudios de mercado. 16. Creadores, intermediarios, agencias publicitarias. 17. Comercio al por mayor (venta de productos). 18. Intermediarios comerciales (excluye asalariados). 19. Sociedades de promoción de la exportación, distribución al extranjero. 20. Sociedades de servicio post-venta. 21. Sociedades de marcas y patentes. 	<ol style="list-style-type: none"> C1. Promoción comercial. C2. Venta. C3. Servicio post-venta. C4. Marcas y patentes.
D. FUNCION LOGISTICA-COMUNICACION TRANSPORTE	<ol style="list-style-type: none"> 22. Oficinas de estudios de organización. 23. Sociedades de servicio y consejo en informática (SSCI). 24. Sociedades de agrupaciones de compra. 25. Sociedades de transporte de mercancías terrestre. 26. S. de transporte de mercancías aéreo. 27. S. de transporte de mercancías fluvial marítimo. 28. S. de transporte de mercancías ferroviario. 29. Intermediarios de transportes (comisionistas, intermediarios de expedición, agentes de aduana). 30. Depósitos, almacenes, sociedades de gestión de <i>stocks</i>. 31. Agencias de viajes (viajes de negocios, organización de seminarios). 32. Agentes inmobiliarios (transacciones y administración). 33. Agencias de alquiler inmobiliario. 34. Agencias de alquiler mobiliario (material y bienes de equipos). 35. Sociedades de <i>leasing</i>. 36. Ingeniería de infraestructura, de edificios. 37. Oficinas de arquitectos, arquitectos, geómetros. 	<ol style="list-style-type: none"> D1. Organización-información. D2. Compras. D3. Transporte-almacenes. D4. Gestión inmobiliaria-mobiliaria. D5. Ingeniería de infraestructura.
E. SERVICIOS GENERALES	<ol style="list-style-type: none"> 38. Sociedades de limpieza, conservación de edificios. 39. Sociedades de seguridad, vigilantes. 40. Sociedades de restauración industrial. 	

los «servicios a las empresas» consiste en que, aunque en todo caso van dirigidos a satisfacer las necesidades crecientes que se presentan en la actividad productiva propiamente dicha, su producción puede tener lugar dentro de las propias empresas o en otras, caracterizadas como empresas de servicios, especializadas en su producción y prestación. En el segundo caso, aparece la figura de la «externalización», a la que acuden, cada vez con más frecuencia, las empresas manufactureras en general, inducidas por la creciente necesidad de ganar en productividad y competitividad. Ambos aspectos han sido, y son, objeto de especial interés en el seno de la Comisión de la CEE, que ha venido dedicando a su estudio una serie de trabajos orientados a esclarecer su evolución en los años pasados y a tratar de perfilar sus perspectivas de futuro a medio plazo (1).

A partir de las anteriores consideraciones, el presente trabajo se va a distribuir en seis apartados: en el primero, se dará cuenta de los varios intentos de clasificación de los servicios a las empresas, y asimismo se pondrán de relieve las características básicas de este tipo de actividades; el segundo apartado recogerá algunas consideraciones —breves— sobre la importancia del sector en el contexto de la CEE; la evaluación de cada uno de los subgrupos de servicios a las empresas, anteriormente identificados, constituirá el núcleo del tercer apartado; posteriormente, en el cuarto, se dará cuenta —sucinta— de las conclusiones a las que han llegado los estudios realizados dentro del programa FAST en este terreno; para complementar esta información, se añade un quinto apar-

tado, en el que se realizará una breve reseña del reciente informe que, bajo el título *El coste de la no-Europa*, dedica una especial atención al terciario en general, y en particular a los servicios a las empresas; finalmente, el sexto apartado estará dedicado a valorar el papel de la CEE en el terreno de la competitividad internacional en materia de servicios a las empresas.

I. CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS

Al igual que ha venido sucediendo en el sector terciario en general, los «servicios a las empresas» han sido objeto de múltiples intentos de clasificación, sin que, hasta la actualidad, se haya podido alcanzar una de común aceptación. La propia dinámica del sector, su creciente vinculación con las modernas tecnologías de la información y la comunicación —en pleno proceso de expansión—, así como la diversidad de las actividades que lo integran, han actuado como principales factores determinantes de este «aparente» fracaso. Sin embargo, en modo alguno se puede considerar que los intentos desplegados en este sentido hayan resultado totalmente baldíos. Algunos de ellos han culminado en clasificaciones que, aunque no puedan ser asumidas como definitivas, presentan, como notas muy positivas, el elevado nivel de sistematización así como su utilidad desde el punto de vista del análisis del sector. De las que, a nuestro juicio, presentan un mayor interés, damos cuenta a continuación.

En el cuadro n.º 1 se recoge una clasificación funcional de los servicios a las empresas, tomada

de un estudio de los servicios en Bélgica realizado en el año 1987. A su vez, el cuadro n.º 2 recoge una lista de nuevos servicios propuesta recientemente por el European Service Industries Forum (ESIF). De la comparación de ambos se desprende un elevado nivel de correspondencia y, sobre todo, de complementariedad.

En relación con la clasificación funcional, puede verse su distribución en cinco áreas de actividad empresarial, agrupando en cada bloque las correspondientes prestaciones de servicios. La primera es la función administrativa, contable, financiera y de personal, que incluye labores de consultoría financiera y económica, auditoría, formación, selección, etcétera.

La segunda, gestión de producción, contiene servicios de ingeniería, mantenimiento, reparación y control de calidad, entre otros. La función comercial recibe prestaciones de servicios de consultoría de *marketing*, estudios de mercado, creación publicitaria, intermediarios comerciales, etcétera.

Las funciones de logística y de comunicación y transporte han de tener en cuenta los servicios de organización e información, de transporte y gestión de *stocks*, de alquiler mobiliario e inmobiliario, etc. En cuanto al bloque de los servicios generales, pueden incluirse los de limpieza y conservación, seguridad, vigilancia y restauración industrial.

En el cuadro n.º 2, el ESIF, que desde su reciente creación se dedica, esencialmente, a los nuevos servicios, presenta una lista comentada e ilustrada con ejemplos (con el nombre de empresas europeas líderes) de servicios «no tradicionales» sobre los que se

CUADRO N.º 2

LISTA DE NUEVOS SERVICIOS PROPUESTA POR ESIF (EUROPEAN SERVICE INDUSTRIES FORUM)

Sector	Comentario	Empresas europeas lideres
1. Comunicaciones de empresa.	Flujo de informaciones empresariales (p. e., informaciones financieras). Uno de los subsectores más prometedores dentro del campo de la publicidad y de las relaciones públicas.	VVL: BBDO. Saatchi & Saatchi.
2. <i>Catering</i> .	Especialización creciente.	Sodexho. Belgavia.
3. Limpieza y mantenimiento.	Mercado local hasta hace poco tiempo. Aparición progresiva de empresas multinacionales.	Cemstobel. Eurocean.
4. Servicios informáticos.	Diferenciados de telecomunicaciones, <i>software</i> y bancos de datos. Ej.: Diseño de sistemas, planificación financiera, proceso de datos, etcétera.	Econocom. ISS. Sonae.
5. Servicios de correo privado.	Mercado internacional desde hace menos de diez años. Mercado local también en plena expansión (mensajería).	DHL. TNT- Ipec.
6. Servicios culturales.	Industria de la cultura de carácter privado.	City of Frankfurt. Bavarian Studios.
7. Bancos de datos.	Demanda en plena expansión. Éxito del sistema Minitel francés, conectado con más de 4.000 bancos de datos.	Reuters. Minitel.
8. Diseño.	Especial crecimiento de sus aplicaciones en el campo de imagen de empresas.	Glurgini. Bofill.
9. Ocio.	Aparición progresiva de parques de atracciones (Eurodisneyland, Asterix Park, etcétera).	ERA. Virgin Group.
10. Selección de personal de alta dirección.	En pleno proceso de internacionalización.	Egon Zehnder. Carré, Orban & Partners.
11. Servicios privados de salud.	Sector en plena expansión, espoleado por factores tales como el envejecimiento de la población europea y el creciente interés por la dietética.	Europ Assistance. Vendex Internacional.
12. Servicios lingüísticos.	En plena expansión. Mercado local hasta hace poco tiempo.	Lexitech. EF Internacional.
13. Ingeniería política (<i>lobbying</i>).	Progresiva importancia de Bruselas como segunda capital mundial del sector después de Washington.	Interal. Eureka Group.
14. Edición electrónica.	Aplicaciones de la electrónica al mundo editorial. Progresiva internacionalización.	Pergamon infolina. Il Sole.
15. Control de inspección de la calidad.	Esencial en el comercio internacional. Demanda creciente.	Société Générale de Surveillance. Norks Verltas.
16. Servicios de seguridad.	Protección de personas, bienes, información, etc. Aplicaciones de la electrónica. Demanda creciente.	Intergade. Securitas.
17. <i>Software</i> .	Servicio estratégicamente muy importante. Demanda creciente.	Cap Gemini Sogett. Lógica.
18. Servicios de telecomunicación.	Esenciales para el conjunto de los nuevos servicios. Infraestructura básica requerida para su funcionamiento.	Mercury Communications. Nokla.
19. Trabajo temporal.	Sector en plena expansión. Actividades prohibidas todavía en algunos estados europeos.	Interlabor. Gregg Interim.
20. Formación.	Crecimiento e internacionalización.	Management Center Europe. Time Manager.

Fuente: ESIF (European Service Industries Forum).

propone trabajar de forma prioritaria.

Se trata de los veinte servicios siguientes: 1) comunicación de empresas; 2) *catering*; 3) limpieza

y mantenimiento; 4) servicios informáticos; 5) servicios de correo privado; 6) servicios culturales; 7) bancos de datos; 8) diseño; 9) ocio; 10) selección de personal de alta dirección; 11) servicios pri-

vados de salud; 12) servicios lingüísticos; 13) ingeniería política (*lobbying*); 14) edición electrónica; 15) control e inspección de calidad; 16) servicios de seguridad; 17) *software*; 18) servicios

de telecomunicación; 19) trabajo temporal, y 20) formación.

En opinión del ESIF, estos nuevos servicios, entre los que predominan los servicios a las empresas, están desarrollándose con gran dinamismo, destacando sus tasas de crecimiento y su nivel de internacionalización.

En cuanto a otras clasificaciones, cabe mencionar la de EUROSTAT y la clasificación comunitaria para la contabilidad nacional (NACE-CLIO). En el *Anexo*, se incluye otra tipología, y algunas características del sector, extraídas de un reciente estudio del Congreso de Estados Unidos (2). En la clasificación (cuadro A-1), los servicios en Estados Unidos se ordenan por mercados de destino, identificando los mercados intermedios con los servicios a las empresas y los mercados finales con los servicios a los consumidores. Distingue, asimismo, el estudio del Congreso americano entre servicios intensivos en *know-how* y servicios más tradicionales (cuadro A-2). En correspondencia con esta doble clasificación, hay que hablar de los tipos de prestación atendiendo a la cualificación y a la remuneración. Mientras los primeros requieren una formación continuada y profesional, que a su vez demanda mayores niveles salariales; los segundos precisan niveles educativos inferiores, e igualmente una remuneración inferior.

La aplicación de tecnología avanzada, que facilita el trabajo humano, y la flexibilidad de adaptación a las necesidades del cliente identifican los servicios intensivos en *know-how*, que además, generalmente, están destinados a las empresas.

La menor presencia de tecnología avanzada, que sirva de

apoyo al trabajo humano en lugar de sustituirlo, y la estandarización de las actividades son notas características de los servicios terciarios, o más tradicionales; éstos, en general, se destinan a las personas, pese a que algunos, como los de custodia, los de seguridad, etc., se presten a las empresas.

De la misma fuente procede el cuadro A-1 del Anexo, que presenta la línea de avance propuesta como objetivo a la economía norteamericana en cuanto al tipo de servicios a prestar. En él, puede verse una orientación nítida hacia los servicios intensivos en *know-how*, donde se sitúan, entre otros, los de *software*, los jurídicos, los de arquitectura y los de auditoría.

II. IMPORTANCIA ECONOMICA DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS

De la base de información de EUROSTAT, los datos relativos a la distribución sectorial del valor añadido bruto en 1980 en la CEE (procedentes de las tablas *input-output* más recientes de que se dispone para el conjunto de los países) expresan una participación de «los servicios a las empresas» del 5,2 por 100 del total de la CEE. Ello sitúa a este sector en uno de los lugares de mayor importancia dentro de la economía comunitaria; mayor que cualquier sector industrial tomado individualmente y el doble que sectores tales como los de productos eléctricos, equipos de transporte, textiles y confección.

El sector «servicios a las empresas» es, de los servicios intermedios, el que más destaca por su participación en el valor añadido dentro del grupo de servi-

cios de mercado. Con un 12,3 por 100, está por encima de las actividades de crédito y seguros combinadas, es un 25 por 100 mayor que el de transporte y tiene cuatro veces el tamaño del de comunicaciones.

En su conjunto, los sectores intermedios representan el 37 por 100 de los servicios de mercado, mientras que los servicios al consumidor final representan un 63 por 100.

El liderazgo de «los servicios a las empresas» en la economía comunitaria se muestra, además de en términos de valor añadido, en cuanto a su desarrollo. En este aspecto, constituye el grupo de mayor crecimiento dentro de los servicios de mercado, confirmando su preponderante posición económica.

III. EVALUACION POR SUBGRUPOS DE LOS «SERVICIOS A LAS EMPRESAS»

La clasificación de los servicios a las empresas en subgrupos va a servir para cuantificar económicamente la importancia comparativa de los distintos tipos de actividades que engloba.

Las diferentes clases, tal y como se reflejan en el cuadro número 3, son las siguientes:

- 1) *Servicios operativos* (trabajo temporal, limpieza industrial, seguridad, etcétera).
- 2) *Servicios profesionales* (asesorías jurídicas, auditorías, consultorías, formación profesional, etcétera).
- 3) *Servicios de información e informáticos* (banco de datos, proceso de datos, consultoría informática, etcétera).

CUADRO N.º 3

SUBGRUPOS DE SERVICIOS A LAS EMPRESAS

	Ventas (Millones ECU)	Total personas empleadas	Ventas/ empleo total
I) Servicios operativos (1)	35.500	2.619.000	13.554
II) Servicios profesionales (2)	26.127	695.000	37.592
III) Información (3)	21.100	250.000	84.400
IV) Servicios técnicos (4)	16.522	405.000	40.795
V) Marketing (5)	9.105	62.000	146.854

(1) Comprenden: Servicios lingüísticos, trabajo temporal, servicios de seguridad, limpieza.

(2) Comprenden: Servicios jurídicos, auditorías, *consulting*.

(3) Comprenden: Servicios de información, servicios informáticos.

(4) Comprenden: Arquitectura, ingeniería, economistas de la construcción, control de calidad.

(5) Comprenden: Promoción de ventas, publicidad, *marketing* directo, estudios de mercado, relaciones públicas.

Fuente: EC Industry Panorama, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 1989.

4) *Servicios técnicos* (investigación y desarrollo, ingeniería, estudios técnicos, arquitectura, certificaciones técnicas, control de calidad, etcétera).

5) *Servicios de marketing* (publicidad, estudios de mercado, promoción de ventas, relaciones públicas, venta directa, etcétera).

Los datos del cuadro proceden de un estudio publicado en 1989 por la Comisión Europea, con el título *Panorama de la industria y de los servicios en la CEE*.

De su análisis se deduce que los servicios operativos presentan la cifra de mayor facturación (35.500 millones de ECU), seguidos de los servicios profesionales (26.127 millones de ECU), los servicios de información (21.100 millones de ECU), los servicios técnicos (16.522 millones de ECU), con los servicios de *marketing* (9.105 millones de ECU) en último lugar.

Una ordenación similar se desprende del seguimiento de las personas empleadas en cada subgrupo, con la salvedad de los servicios de información y los técnicos, que invierten su posición,

al precisar los servicios de información de menor cantidad de personal (250.000) para superar en facturación a los servicios técnicos, que cuentan con más personas empleadas (405.000).

Debe comentarse también el destacado volumen de empleo absorbido por los servicios operativos: 2.619.000 personas, cifra próxima a cuadruplicar la correspondiente a los servicios profesionales, con 695.000, y que, a su vez, es más de diez veces la de los servicios de *marketing* (62.000 personas empleadas).

Finalmente, cabe referirse al valor que relaciona la facturación y el empleo para determinar la importancia productora de cada subgrupo. De este valor se obtiene una ordenación inversa a la del empleo, con una primera posición destacada de los servicios de *marketing* (146.854 ECU/persona), seguidos de los servicios de información (84.400 ECU/persona), los técnicos (40.795 ECU/persona), los profesionales (37.592 ECU/persona) y, finalmente, notablemente disminuidos, los servicios operativos (13.554 ECU/persona).

IV. LOS ESTUDIOS FAST DE LA COMISION EUROPEA

Las conclusiones generales de los estudios FAST, de la Comisión Europea, sobre los servicios a las empresas están contenidas en un trabajo de carácter introductorio sobre la economía de servicios (3), y pueden resumirse en los siguientes puntos:

1) Las actividades de servicios han sido tradicionalmente marginadas por parte de la investigación económica. De un tiempo a esta parte, sin embargo, tal tendencia está siendo abandonada, al quedar constancia de que los servicios crean empleo y se han convertido en una cuestión central en el proceso de liberalización del comercio internacional.

2) El proceso de terciarización constituye un proceso revolucionario de cambio de las estructuras y del funcionamiento de las economías modernas.

3) Los servicios a la producción crecen más deprisa que los servicios destinados al consumo final. Más de la mitad del crecimiento real del PIB de los servicios de mercado en los países comunitarios, para el período 1975-82, se ha debido precisamente a los servicios intermedios. Entre los de carácter más dinámico, se encuentran los servicios financieros, los servicios de comunicación y los servicios a las empresas (*consulting*, auditorías, publicidad, tecnologías de la información, etc.). Algunos factores que explican este dinamismo son los siguientes:

a) Auge de las tecnologías de la información.

b) Auge de productos más adaptados a las necesidades de los clientes (*customized goods*).

c) Complementariedad creciente entre bienes y servicios.

d) Internacionalización de los mercados.

4) Las funciones de servicios pueden desarrollarse dentro de las empresas manufactureras (o de servicios) o fuera de ellas. En este último caso, se habla de «externalización» de las funciones de servicios. Existen varias razones que empujan a la «externalización»: ahorros de costes, mejor calidad, más flexibilidad, complejidad y especialización crecientes de las funciones de producción, etcétera.

5) El nivel de competitividad

de los servicios a la producción influye decisivamente sobre el crecimiento global de las economías europeas.

6) Los servicios a la producción en Europa no parecen menos competitivos que los de Estados Unidos.

7) El nivel de conocimiento sobre las actividades de servicios, en general, es claramente insuficiente.

8) Europa no ha desarrollado políticas de promoción de los servicios, al contrario de lo que ha hecho con la agricultura o la industria.

9) Muchas actividades de ser-

vicios en Europa aparecen excesivamente reglamentadas.

En cuanto a las conclusiones específicas sobre los servicios a las empresas, se ha de partir de los objetivos fundamentales de las investigaciones FAST sobre los servicios (4). Estos objetivos eran los siguientes:

a) Identificar la dinámica del sistema industrial a largo plazo.

b) Profundizar en el significado del papel de los servicios a las empresas dentro del desarrollo industrial.

c) Analizar la dinámica del sector de servicios a las empresas.

CUADRO N.º 4

**LOS DIFERENTES ESTADIOS DEL SISTEMA INDUSTRIAL.
LA EVOLUCION DE LOS FUNDAMENTOS DE LA INDUSTRIA**

ESTADIOS NIVELES	ARTESANADO	INDUSTRIA	HIPERINDUSTRIA	METAINDUSTRIA
	Mercados	Local a regional.	Regional a nacional.	Mundial (segmentos voluminosos).
Productos	A la medida.	Estandarizado.	Muy estandarizado.	Producto sistema.
Producción:				
Instrumentos	Herramientas de mano.	Máquina para gran serie.	Línea de producción para series muy grandes.	Taller flexible, posibilidad de pequeñas series.
Evolución	Muy lenta.	Escalonadamente.	Continuada.	Salto informático.
Competencia	Monopolios.	Monopolios/oligopolios regionales/nacionales.	Oligopolios internacionales.	Oligopolios+asociaciones.
Recursos humanos	Maestro artesano obrero.	Un jefe+algunos ingenieros+mano de obra poco cualificada.	Tecnoestructura+mano de obra cualificada.	Tecnoestructura+mano de obra muy cualificada.
Organización	—	Vertical.	Fracccionada.	Red.
Estructuras de empresas - tipos	Pequeñas empresas (20 personas).	Empresas medias (50 a 5.000 personas).	Empresas muy grandes (hasta 300.000 personas). Integración vertical u horizontal.	Empresas de todos los tamaños. Asociaciones multiformes.
Estructuras sectoriales	Corporativismo (grupos).	Sectores bien delimitados. Empresas monosectoriales.	Sectores bien delimitados. Empresas multisectoriales.	Empresas transectoriales + empresas hiperespecializadas.

Fuente: SEMA-METRA, Estudios FAST.

d) Presentar recomendaciones a la Comisión Europea y a los gobiernos de los estados miembros sobre aquellas cuestiones que merezcan actuaciones públicas.

En relación con los objetivos planteados, los resultados de las investigaciones del programa FAST pueden resumirse del siguiente modo:

A) Contrariamente a lo que, a veces, se ha llegado a mantener, la industria no está perdiendo decisivamente su importancia, dentro de la estructura global de los países, para dejar paso a lo que también algunos autores han dado en llamar «sociedad post-industrial».

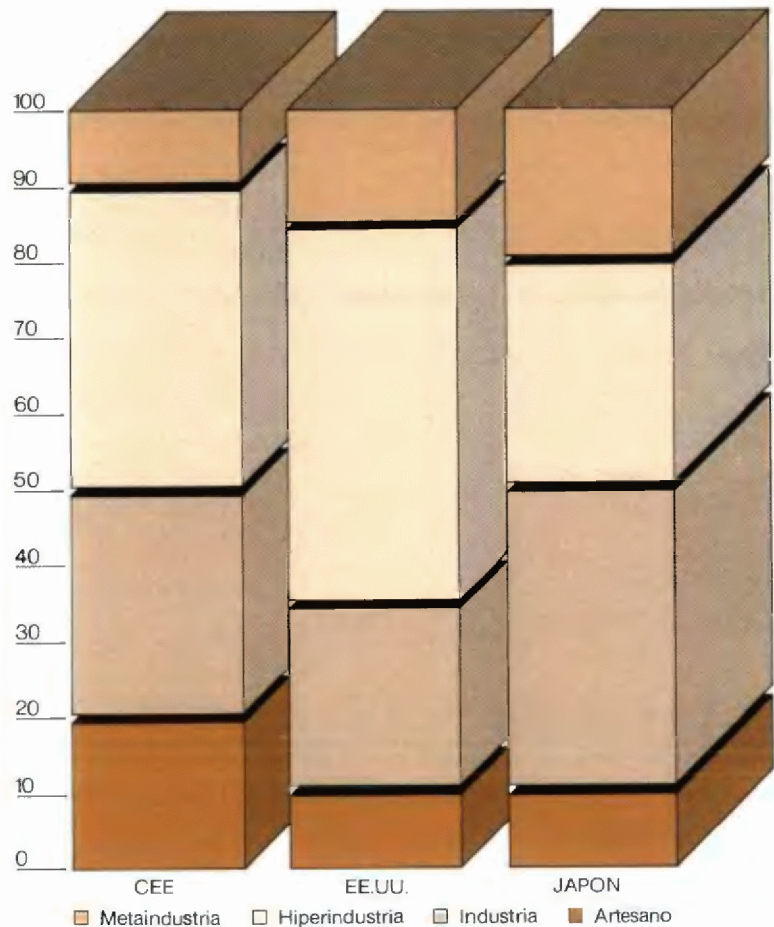
B) Lo que realmente está ocurriendo, siempre según los resultados de las investigaciones del programa FAST, es que la industria «tradicional» está sometida a nuevos fenómenos, tales como la globalización de los mercados o la concentración de la oferta a nivel mundial. Además, el sector industrial está conociendo un conjunto de transformaciones profundas que permiten vislumbrar la aparición progresiva de un sistema «meta-industrial», pero en ningún caso la desaparición progresiva de la industria.

No parece, pues, que se pueda hablar con propiedad de una des-industrialización, ni tampoco de una post-industrialización, sino más bien de una «nueva economía», de una sociedad mixta «servoindustrial» (combinación de servicios e industrias).

Esta nueva sociedad «servoindustrial» o «metaindustrial» se basaría en tres pilares:

1) Contribución decisiva de la materia gris (*massive brain input*) en los procesos de producción.

GRAFICO 1
LOS GRADOS DE META-INDUSTRIALIZACION
Producción según el tipo de empresas



Fuente: BIPE - Estudios Fast.

2) Cambios cualitativos a todos los niveles a través de la incorporación creciente de servicios en todas las fases del sistema productivo.

3) Interdependencia creciente entre tecnologías, empresas, sectores y regiones en el mundo actual.

La aparición de la sociedad «metaindustrial» significa un cambio profundo de todo el sistema productivo, caracterizado por la

importancia de lo «inmaterial». La industria, por tanto, no retrocede, sino que cambia de forma. La industria sigue teniendo una importancia crucial. En el cuadro número 4 aparecen reflejadas las principales diferencias entre las fases sucesivas de desarrollo del sistema industrial.

Otra característica fundamental del sistema «metaindustrial» es la utilización masiva de las nuevas tecnologías de la comunicación

CUADRO N.º 5

COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

<i>Servicios</i>	<i>Países dominantes</i>	<i>Líderes dominantes</i>
Auditorías, revisión contable.	Estados Unidos.	Arthur Andersen (EE.UU.), Arthur D. Little (EE.UU.) («Big Eight»).
Marketing, publicidad.	Estados Unidos. Gran Bretaña. Japón.	Saatchi & Saatchi (G.B.), Dentsu (Japón), Young and Rubicam (EE.UU.).
Consultoría estratégica.	Estados Unidos.	A. Andersen/Peat Marwick Batelle, BCG.
Servicios informáticos.	Estados Unidos. Francia.	IBM, McDonalds (EE.UU.), Douglas I.S.
Bancos de datos.	Estados Unidos.	Dunn and Bradstreet (EE.UU.), DRI, Quotron, Mead-Data.
Ingeniería.	Corea.	Betchel (EE.UU.), Grupos coreanos BTP.
Ingeniería industrial.	Estados Unidos.	Schlumberger (Int.), Fluor (EE.UU.), Betchtel (EE.UU.).
Negocio internacional.	Japón.	Las Nueve «sogo shoshas».
Servicios financieros.	Estados Unidos. Gran Bretaña.	Sheanson, Lehman Brothers (EE.UU.), Merrill Lynch.

Fuente: SEMA-METRA, Estudios FAST.

han de enfrentarse a la competencia internacional, principalmente americana y japonesa.

A partir del análisis anterior, el programa FAST propone una serie de recomendaciones, centradas en los siguientes puntos:

- 1) Estudiar las consecuencias del advenimiento de la sociedad «metaindustrial».
- 2) Estudiar el posible impacto de este advenimiento sobre la Administración pública comunitaria.
- 3) Mejorar la información estadística existente.
- 4) Incentivar las acciones de las empresas hacia determinados objetivos (programas de investigación, asociaciones de empresas, formación, información, etcétera).
- 5) Dedicar mayor atención a los servicios a las empresas, que constituyen el corazón de la nueva revolución terciaria en curso.

y de la información, y la importancia progresiva de los nuevos servicios desde el punto de vista de la utilización creciente de tales tecnologías.

Según los resultados del programa FAST, la Comunidad Europea no está siguiendo el ritmo impuesto por sus dos mayores competidores —Estados Unidos y Japón— en el proceso que conduce a la «metaindustrialización», tal como se desprende del gráfico 1 y del cuadro n.º 5, relativos a la metaindustrialización, el primero, y a la competitividad internacional, el segundo.

Según se refleja en el gráfico 1, en el momento actual sólo entre un 10 y un 20 por 100 de la producción total es realizada

por empresas de tipo «metaindustrial». Según esto, Europa estaría menos avanzada que sus principales competidores, que a menudo son los líderes mundiales.

Una respuesta adecuada al reto industrial —según FAST— consiste en la promoción decidida de los servicios a las empresas (consultoría, ingeniería, tecnologías de la información, servicios jurídicos, relaciones públicas, auditorías, etc.). Todos estos servicios están llamados a conocer una fuerte expansión en los próximos 10-15 años. El problema principal para la Comunidad, en este terreno, consiste en la posición de relativa debilidad con que las empresas europeas

V. EL COSTE DE LA NO-EUROPA: ESPECIAL REFERENCIA A LOS SERVICIOS

A instancias de la Comisión de las Comunidades Europeas, y bajo la dirección de Paolo Cecchini, un gran número de expertos económicos independientes, asesores e institutos de investigación han realizado recientemente un estudio sobre el llamado «coste de la no-Europa» (5), esto es, sobre el coste que supone a la Comunidad el que no esté todavía en funcionamiento el «mercado interior unificado» previsto para el año 1992.

Las conclusiones de dicho estudio estiman que el posible beneficio económico total de la Comunidad en su conjunto, como consecuencia de la realización del mercado interno, podría suponer alrededor de 200.000 millones de ECU, o más, según los precios de 1988. El PIB de la Comunidad podría verse aumentado en un 5 por 100 aproximadamente.

En este cálculo no sólo se incluye el ahorro debido a la supresión de barreras que afectan directamente al comercio intracomunitario (fundamentalmente, formalidades en las fronteras y las correspondientes demoras), sino también los beneficios que se obtendrían de la supresión de los obstáculos que impiden el acceso a los diferentes mercados nacionales y el libre juego de la competencia en toda la Comunidad.

Por otra parte, los efectos a medio plazo de la integración del mercado comunitario, según dicho estudio, serán los siguientes:

1) Provocar una deflación media de los precios de consumo del 6 por 100, al tiempo que se estimula también la producción, el empleo y el nivel de vida.

2) Realizar economías en los costes del sector público equivalentes a un 2,2 por 100 del PIB y fomentar el comercio comunitario con otros países en torno al 1 por 100 del PIB.

En cuanto a los costes directos de las formalidades en las fronteras, incluyendo los costes administrativos correspondientes tanto en el sector privado como en el público, se estima un ascenso a un 1,8 por 100 del valor de las mercancías comercializadas en la Comunidad.

A lo anterior, habría que añadir los costes para la industria de otras barreras identificables para la plena realización de un mercado único, tales como diferentes normas técnicas nacionales que regulan la manufactura y comercialización de productos.

Según los cálculos estimados, estos costes ascienden a un poco menos del 2 por 100 de los costes totales de las empresas. Por tanto, el total combinado de todos estos ahorros potenciales representa alrededor de un 3,5 por 100 del valor añadido industrial.

Además existen importantes e inexploradas economías potenciales de escala en la industria europea. Alrededor de un tercio de ésta podría beneficiarse de la reducción de costes, que oscilaría entre un 1 y un 7 por 100 según el sector de que se trate. Un ahorro adicional en los costes, procedente de la mejora de las economías de escala, podría alcanzar un 2 por 100 del PIB.

El estudio sobre el coste de la «no-Europa» demuestra claramente que la Comunidad se halla todavía muy lejos de ser un auténtico «mercado común». Tanto en el caso de los bienes como en el de los servicios, los capitales o las personas, la Comunidad no constituye aún un mercado único integrado, cuyo horizonte de consecución se prevé para el año 1992.

A falta de una estructura económica común, muchos de los puntos débiles fundamentales de la Comunidad han quedado sin abordar: industrias no competitivas, baja productividad, escasa innovación, por citar sólo algunos ejemplos.

Es cierto que algunos sectores manufactureros, y bastantes industrias de servicios, han florecido

durante las dos últimas décadas; pero, en conjunto, eso no se ha debido a la existencia de un mercado común real, por lo que esas industrias no han podido aprovechar plenamente la ventaja del amplio mercado que tienen a sus puertas.

El resultado neto es que este mercado no común, esta «no-Europa», soporta pesados costes, tanto en términos cualitativos como cuantitativos. Este es uno de los factores principales de la menor competitividad de las empresas europeas frente a las japonesas y norteamericanas.

Tampoco los individuos pueden todavía acceder libremente a las zonas de la Comunidad que presentan mejores posibilidades de formación y mayores oportunidades. Esto representa un coste, tanto para ellos como para las empresas que los necesitan.

En cuanto al coste de la «no-Europa» (6) para los servicios a las empresas, según los resultados de la investigación, los usuarios de los servicios a las empresas tienen una impresión errónea sobre los obstáculos que tales servicios encuentran dentro del mercado comunitario. Apparentemente, tales obstáculos no son importantes, pero realmente existen, tal como se desprende de la consideración del cuadro número 6.

De una manera general, las condiciones de actividad que prevalecen en los países de la Comunidad presentan grandes diferencias. Estas tienen, por supuesto, repercusiones importantes sobre la competencia.

En Alemania, por ejemplo, hay agencias de publicidad y de relaciones públicas que no están autorizadas a reunir fondos por medio de emisiones públicas de

CUADRO N.º 6

LOS OBSTACULOS A LOS INTERCAMBIOS DE SERVICIOS A LAS EMPRESAS

SECTOR	TIPO DE OBSTACULO	IMPORTANCIA GLOBAL DEL OBSTACULO
Ingeniería y servicios conexos.	Compras públicas, normas técnicas. Concesión de licencias a profesionales. Tratamiento fiscal.	1) Ingenieros: obstáculos muy importantes. 2) Arquitectos: obstáculos muy restrictivos.
Servicios informáticos.	Compra de servicios informáticos por los gobiernos y los PTT.	Obstáculo señalado por el Reino Unido.
Investigación y desarrollo.	Parcialidad en los mercados públicos.	Señalado por la R. F. de Alemania.
Comunicaciones comerciales.	Obstáculos a la radiodifusión por satélite. Disparidad de legislaciones. Limitaciones del tiempo de antena autorizado para la publicidad, ausencia de acceso al mercado de acciones (Alemania). Diplomas profesionales.	Generalmente considerado como un mercado razonablemente libre.
Servicios jurídicos.	Libertad de ejercicio.	No reconocido generalmente como importante.
Servicios funcionales.	Ninguno.	Mercado en gran parte no regulado.
Consultoría de empresas.	Ninguno.	Ningún obstáculo importante.

Fuente: Cecchini, P.

acciones, lo que las hace vulnerables con relación a las sociedades británicas, que tienen un acceso ilimitado a los mercados de valores. Gracias a estas facilidades, Saatchi & Saatchi (GB) no solamente constituye hoy el primer grupo de publicidad y de relaciones públicas de Europa, sino que también es el «número 1» mundial.

Siguiendo dentro del sector publicitario, se ha podido comprobar, por medio de una encuesta, que las normas divergentes que regulan la publicidad en televisión suponen un problema creciente. Como solución a este problema, la Comisión ha propuesto que se armonicen dichas normas en las cadenas estatales.

La eliminación de éstos y otros obstáculos en el sector de servicios a las empresas podría suponer un ahorro de 9.200 millones de ECU.

Téngase en cuenta, en primer lugar, que los obstáculos ocasionan un aumento de los costes de las empresas deseosas de comercializar sus servicios en el extranjero. Por tanto, limitan su expansión y reducen la calidad, así como el abanico de posibilidades de los servicios disponibles. Los proveedores prevén que el aumento de competitividad resultante de la terminación del «mercado interior» beneficiará a los usuarios, gracias no tanto a la reducción de los precios como a la mejora de la calidad de los servicios.

En efecto, los competidores intentarán conquistar nuevos mercados, y lo conseguirán mejor si ofrecen productos atractivos que si se contentan con reducir los precios. Sin embargo, los costes de las empresas de servicios se podrían reducir en 3.500 millones de ECU.

En segundo lugar, la mejora de los «servicios a las empresas» repercutirá en el conjunto de los sectores que utilizan estos ser-

vicios. Por tanto, esto debería aumentar su competitividad con relación a las empresas establecidas fuera de la Comunidad, contribuyendo a igualar las condiciones de competencia en el interior del mercado europeo. Este factor podría hacer aumentar las ventas de empresas usuarias de servicios en, más o menos, 3.000 millones de ECU.

En tercer lugar, además de las economías de coste que realizarán, los proveedores de servicios obtendrán otras ventajas a medida que sus producciones aumenten para responder a la demanda creciente que suscitará la terminación del «mercado interior». Estas ventajas están evaluadas entre 700 y 2.500 millones de ECU.

Finalmente, el estudio distingue, bajo el nombre de «externalización», una cuarta ventaja, también asociada al impulso de la demanda. En efecto, las empresas que, efectiva o potencial-

CUADRO N.º 7
COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS
A LAS EMPRESAS DE LA CEE

SECTORES DE SERVICIOS	EMPRESAS EUROPEAS LIDERES	VENTAS MUNDIALES ESTIMADAS (miles de millones ECUs)
-----------------------	---------------------------	---

PRIMER APARTADO: SECTORES CARACTERIZADOS POR LA INTRODUCCION DE NUEVAS TECNOLOGIAS	1. Bancos de datos y servicios de información	Pergamon Orbit Infoline (GB), Minitel (FR)	8
	2. Edición electrónica	MCC (GB), Bertelsmann (RFA)	5
	3. <i>Telemarketing</i>	Decisions Group (GB)	1
	4. <i>Software</i>	Cap Gemini Bogeti (FR)	40
	5. VAN (<i>Value Added Networks</i>)	S.W.I.F.T. (BEL), CEDEL (LUX)	2
	6. Información financiera electrónica	Reuters (GB)	2
	7. Servicios informáticos	Econocom (HOL/FR)	5

SEGUNDO APARTADO: SECTORES REPRESENTATIVOS DE NUEVOS HABITOS DE VIDA	8. Servicios de consumo rápido	Minuta internacional (BEL/Suiza), Kwik/Fit (GB)	2
	9. Ocio	Virgin Group (GB)	—
	10. Servicios de «media»	RTL (LUX)/Pearson Int. (GB)	150
	11. Servicios culturales	Bavarian Studios (RFA)	—

TERCER APARTADO: SECTORES CON VENTAJAS CRECIENTES DE EFICACIA Y PRODUCTIVIDAD DE TIPO INDUSTRIAL	12. Servicios de Seguridad	Securitas (HOL/Suecia)	100
	13. Servicios lingüísticos	Lexitech (BEL)	18
	14. Ferias y congresos	Ciudad de Paris	5
	15. Diseño	Giurgiaro (IT)	80
	16. Servicios de control e inspección calidad	Société Générale de surveillance (Suiza), Veritas (FR)	50
	17. Limpieza	ISS (DIN)	30
	18. Mantenimiento informático	Grenada (FR/GB)	2
	19. Correo privado	DHL (BEL/Hong Kong)	12
	20. Publicidad y relaciones públicas	Saatchi & Saatchi (GB)	100
	21. Alquiler de vehículos	Lease Plan (HOL)	10

CUARTO APARTADO: SECTORES RELACIONADOS CON LOS RECURSOS HUMANOS	22. Trabajo temporal	Blue Arrow (GB)	60
	23. Formación	Time Manager (Din)	150
	24. Selección de personal	Egon Zehnder (Suiza)	1
	25. Mudanzas internacionales	Arthur Pierre (BEL)	18

mente, utilicen servicios tenderán cada vez más a comprar servicios en el exterior, prefiriéndolo a intentar obtenerlos por sus propios medios.

Al estar bajo la presión de una competencia creciente, se verán obligadas a concentrarse más y más en las actividades en las que sean más eficaces. Las economías que estas empresas realicen serán del orden de 100 a 200 millones de ECU. Por último, «la externalización» tendrá también un efecto favorable sobre el empleo en las sociedades de servicios.

VI. COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LA CEE EN MATERIA DE SERVICIOS A LAS EMPRESAS

En un documento recientemente presentado a la Comisión Europea, el ESIF (European Services Industries Forum) estima que la Comunidad Europea es competitiva en, por lo menos, veinticinco sectores de «servicios a las empresas», o sectores nuevos de servicios.

Dichos sectores aparecen reflejados en el cuadro n.º 7, dividido en cuatro apartados:

1) Sectores caracterizados por la introducción de nuevas tecnologías (ordenadores, telecomunicaciones, electrónica doméstica).

2) Sectores representativos de nuevos hábitos de vida (empleo del tiempo libre, autoservicio, horarios flexibles).

3) Sectores con ventajas crecientes de eficacia y productividad de tipo industrial.

4) Sectores relacionados con los recursos humanos.

Los estudios del ESIF, sobre la competitividad internacional de determinados sectores de servicios, ponen de manifiesto que la CEE es líder en un número importante de servicios a las empresas y de nuevos servicios. Destaca especialmente en:

— Servicios operativos (trabajo temporal, limpieza industrial, seguridad).

— Servicios de información e informáticos (banco de datos, servicios de *software*, VAN (*Value Added Networks*), información electrónica).

— Servicios técnicos (control de calidad).

— Servicios de *marketing* (publicidad).

Por su parte, Estados Unidos ve progresivamente amenazadas sus posiciones de liderazgo, que todavía mantiene, en sectores tales como:

- Auditoría.
- Consultoría.
- Relaciones públicas.
- Estudios de mercado.
- Informática.
- Telecomunicaciones.

Japón, a su vez, asume, según ESIF, el liderazgo en cinco sectores de servicios «tradicionales»:

- Banca.
- Seguros.
- Transporte.
- Distribución.
- Turismo.

CONCLUSIONES

Las actividades terciarias o de servicios, en general, vienen ocupando una posición cada vez más importante en la estructura de las economías modernas. Indicadores de empleo, de riqueza y de comercio internacional así lo muestran claramente.

Además, este proceso de ter-

ciarización es síntoma de unos cambios todavía más profundos que afectan al conjunto del sistema productivo. Estamos ante la llamada «revolución de los servicios», o en los inicios de la aparición de una nueva sociedad «metaindustrial» o «servoindustrial».

En esta nueva sociedad incipiente, lo que cuenta esencialmente es la materia gris (*massive brain input*), es decir, las personas y sus capacidades, junto con las nuevas tecnologías, principalmente de información (*information technologies*). Los factores de producción tradicionales de carácter no humano (tierra, capital) quedan relegados a una posición secundaria.

Dentro de esta «revolución de los servicios», «los servicios a las empresas» ocupan una situación privilegiada. En efecto, a partir de 1980, las mayores tasas de crecimiento del sector terciario se producen precisamente en tales servicios.

Este fuerte dinamismo es debido a numerosos factores: necesidades crecientes de servicios por parte de las empresas, externalización de los mismos fuera del sector industrial, impactos tecnológicos, globalización de los mercados, etcétera.

En cuanto a la definición de los «servicios a las empresas», ésta no resulta fácil. Desde el punto de vista de este artículo, son aquellos servicios intermedios distintos de los servicios financieros, los de transporte y los de comunicaciones.

Su participación en el valor añadido bruto total de la CEE se estima en un 5,2 por 100, lo que hace de este sector uno de los más importantes de la economía comunitaria, mayor que cualquier otro sector industrial tomado in-

dividualmente. Los servicios a las empresas constituyen, además, el sector de servicios intermedios más importante dentro del conjunto de los servicios de mercado.

Por el orden de importancia de su facturación, cabe distinguir, dentro de los servicios a las empresas, los siguientes subgrupos:

- 1) Servicios operativos.
- 2) Servicios profesionales.
- 3) Servicios de información.
- 4) Servicios técnicos.
- 5) Servicios de *marketing*.

El dinamismo de los servicios a las empresas, según los estudios FAST, va a continuar en los próximos 10 a 15 años en la CEE. El problema principal para la Comunidad en este terreno consiste en la posición de relativa debilidad con que las empresas europeas han de enfrentarse a la competencia internacional (principalmente, americana y japonesa) en algunos subsectores concretos.

El informe sobre «los servicios a las empresas», dentro de la investigación dedicada al coste de la «no-Europa», señala la existencia de importantes barreras intracomunitarias que dificultan la consecución de un auténtico mercado interior único para tales servicios.

Según investigaciones recientes del ESIF (European Service Industries Forum), la Comunidad es líder en numerosos subsectores de nuevos servicios a las empresas. Mientras, Japón se va perfilando como una gran potencia terciaria en este fin de siglo, ya que está a la cabeza de los servicios tradicionales, después de haberse consolidado como una enorme potencia industrial y como líder financiero mundial indiscutible.

NOTAS

(1) Howard, J., y Belleflamme, C. (1987): «Perspectives du système productif: Analyse des activités des services rendus aux entreprises en Belgique», FAST-CEE, Bruselas.

(2) Congress of the United States (Office of Technology Assessment) (1988): *International Competition in Services*, Washington.

(3) IFO (Institute for Economic Research) (1986): *The role and determinants of services in Europe*, Munich.

(4) Sema-Metra Conseil (1986): *Services to the manufacturing sector*, Bruselas.

(5) Comisión de la CEE (1988): *Un gran mercado sin fronteras*, Documentación europea, Bruselas.

(6) Cecchini, P. (1988): *1992. Le Défi*, Flammarion, Bruselas.

ANEXO

CUADRO A-1

CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS POR MERCADOS DE DESTINO

- | | |
|---|--|
| <p>I. Mercados intermedios (servicios a las empresas).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios financieros: <ul style="list-style-type: none"> — Banca. — Seguros. — <i>Leasing</i>. 2. Transporte marítimo y distribución: <ul style="list-style-type: none"> — Oceánico. — Ferroviario. — Carretera. — Cargo aéreo. — Almacenaje, distribución, comercio al por mayor. 3. Servicios profesionales y técnicos: <ul style="list-style-type: none"> — Licencias técnicas. — Arquitectura, ingeniería, construcción. — Consultoría de empresas. — Servicios jurídicos. — Contabilidad. 4. Otros servicios intermedios: <ul style="list-style-type: none"> — Tecnología de la información. — <i>Franchising</i>. — Publicidad. — Otros (seguridad, mantenimiento, etcétera). | <p>II. Mercados finales (servicios a los consumidores):</p> <ul style="list-style-type: none"> — Comercio al detall (incluida la restauración). — Salud. — Viajes, ocio, espectáculos. — Educación. — Otros servicios sociales. — Otros servicios personales. |
|---|--|

Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

CUADRO A-2

A) CARACTERISTICAS DE LOS SERVICIOS INTENSIVOS EN *KNOW-HOW* Y DE LOS SERVICIOS TERCARIOS O TRADICIONALES

<i>Servicios intensivos en know-how</i>	<i>Servicios terciarios</i>
Educación superior.	Niveles educativos bajos.
Remuneración alta.	Remuneración baja.
Empleos profesionales.	
Formación continua.	
Aplicación de tecnologías avanzadas.	No aplicación de tecnologías avanzadas.
Informatización.	Los ordenadores sustituyen el trabajo humano.
Los ordenadores posibilitan el trabajo humano.	
En general, son servicios a las empresas.	En general, son servicios a las personas. Algunas veces, a las empresas (servicios de custodia, de seguridad, etcétera).
Exigencia de respuesta rápida a las necesidades del cliente.	El servicio tiende a ser estandarizado.
Necesidad de flexibilidad. «Customerización» (adaptación al cliente requerido).	

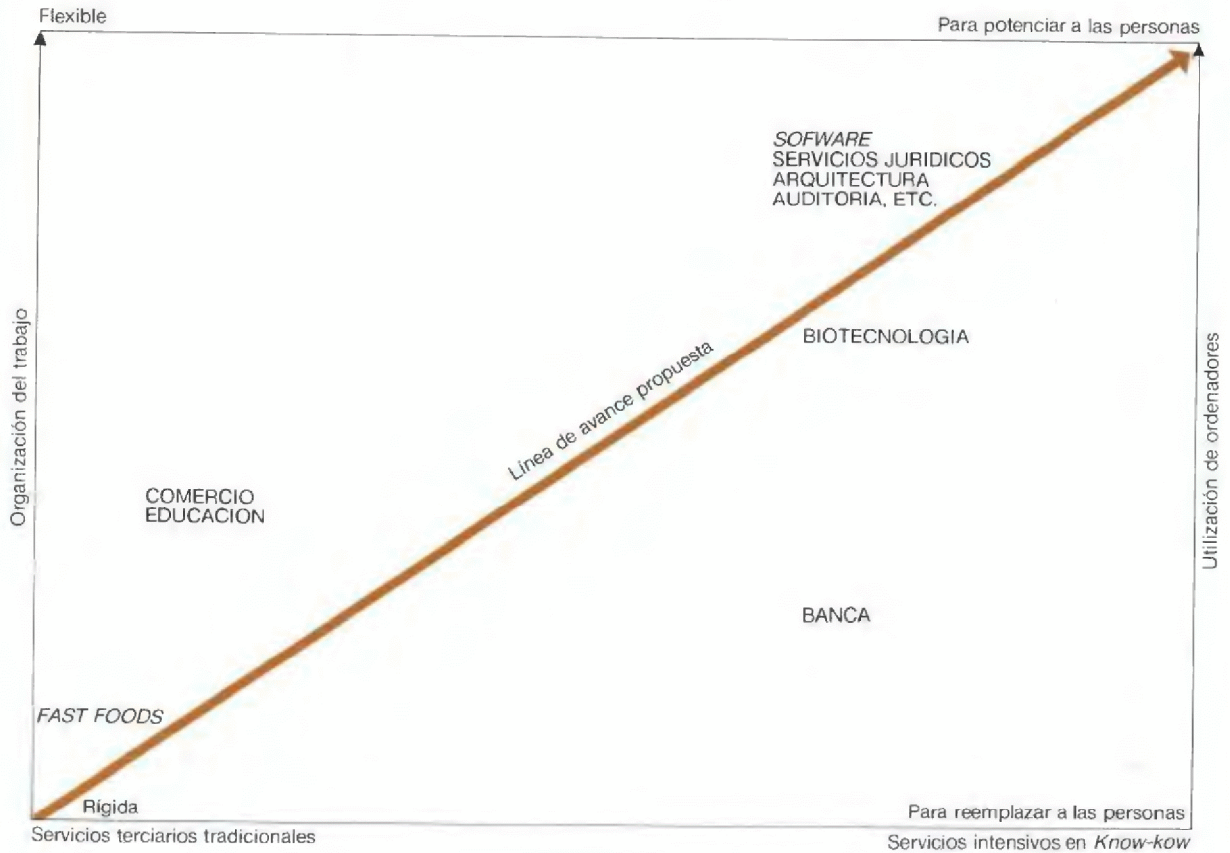
B) EJEMPLOS DE SERVICIOS INTENSIVOS EN *KNOW-HOW* Y DE SERVICIOS TERCARIOS O TRADICIONALES

<i>Servicios intensivos en know-how</i>	<i>Servicios terciarios o tradicionales</i>
Banca.	<i>Leasing</i> .
Seguros.	Transporte y distribución.
Servicios profesionales y técnicos.	(todos).
Tecnologías de la información (todas).	<i>Franchising</i> .
Publicidad.	Comercio al detalle.
Diseño.	Viajes, ocio, espectáculos.
Salud.	Servicios sociales (algunos).
Educación.	Servicios personales.
Administración pública (algunos).	(la mayoría).

Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

CUADRO A-3

LÍNEA DE AVANCE A SEGUIR POR PARTE DE LA ECONOMÍA NORTEAMERICANA EN MATERIA DE SERVICIOS



Fuente: Office of Technology Assessment, 1967.