

NOTAS SOBRE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS Y NUEVOS SERVICIOS EN EL MARCO DE LA CEE

Víctor Pou

NOTAS SOBRE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS Y NUEVOS SERVICIOS EN EL MARCO DE LA CEE

Víctor Pou¹

Resumen

Se ofrece una visión de conjunto del trabajo que está realizando la División Mercado de Servicios, de la Comisión de las Comunidades Europeas, nueva unidad administrativa creada en 1986 para ocuparse del sector terciario en su conjunto y, de manera particular, de los servicios a las empresas. En primer lugar, el autor nos sitúa la nueva unidad administrativa, de la que él es responsable, dentro de la estructura general de la Comisión Europea. A continuación, explica el interés especial que despiertan los servicios a las empresas y los nuevos servicios en la administración comunitaria, así como las dificultades que entraña tanto su definición como su clasificación. El interés especial mencionado se debe al carácter estratégico que ocupan los servicios a las empresas dentro del conjunto del sistema productivo (son factores clave de competitividad para las empresas), a la gran expansión que están conociendo y al fuerte impacto a que están sometidos por parte de las nuevas tecnologías electrónicas e informáticas.

Por último, el autor hace referencia a la necesidad de disponer de una mayor información sobre los servicios a las empresas, y a los esfuerzos dedicados a ello por parte de la División Mercado de Servicios de la Comisión Europea.

¹ Profesor de Análisis Social y Económico para la Dirección, IESE

NOTAS SOBRE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS Y NUEVOS SERVICIOS EN EL MARCO DE LA CEE

1. Los servicios en la estructura administrativa de la Comisión Europea

Introducción

«Los servicios –al contrario de lo que ocurre con la agricultura o con la industria– no han recibido todavía la atención que merecen en la fase final de proceso de integración europea. El debate general en curso sobre los servicios en Europa ha demostrado que existe una clara necesidad de elaborar una política que les atienda. Hasta el momento actual, las políticas económicas sectoriales europeas han dedicado fundamentalmente su atención a las industrias productoras de bienes y a algunos sectores específicos de servicios, generalmente de carácter tradicional. Sin embargo, no se ha diseñado ninguna política general sobre el subsector de servicios a la producción. Esta laguna debería ser colmada lo más rápidamente posible por parte de la Comisión de las Comunidades Europeas.»

Estas son, entre otras, algunas de las conclusiones contenidas en un estudio realizado en 1986 por IFO (Instituto de Investigaciones Económicas de Munich, República Federal de Alemania), por encargo de la Comisión Europea, en el marco del Programa FAST (Forecasting and Assessment in Science and Technology)¹.

La Comisión Europea se ha hecho eco de las conclusiones anteriores, a través de la creación, en el mismo año 1986, de una nueva unidad administrativa –la División Mercado de Servicios, situada en la Dirección General III de Mercado Interior y Asuntos Industriales–, a la que ha otorgado, entre otras misiones, la de «desarrollar iniciativas políticas para fortalecer la posición de los servicios con un todo» (objetivo horizontal), y la de cubrir «todos los sectores de servicios no atendidos hasta el momento por parte de actividades más especializadas de la Comisión» (objetivo sectorial, esencialmente centrado, como veremos, sobre los sectores de servicios a las empresas y los nuevos servicios).

¹ Comisión de las Comunidades Europeas, Dirección General para la Ciencia, Investigación y Desarrollo, «The role and determinants of services in Europe», Bruselas, diciembre de 1986.

Tal como se dice textualmente en el informe general sobre la actividad de las Comunidades Europeas correspondiente al año 1987², primer año de carácter operativo de la nueva División, «habida cuenta de la evolución del papel motor de las actividades de servicios en el desarrollo económico e industrial, la Comisión ha puesto en marcha una unidad administrativa encargada de coordinar las diferentes iniciativas comunitarias en este sector particular, que conoce una extensión rápida. En este contexto, se han llevado a cabo estudios que hacen un balance de los trabajos más recientes sobre la economía de servicios. Tales estudios confirman que el sector de servicios a las empresas desempeñan un papel esencial en la adaptación de las estructuras productivas».

En el informe citado vuelve a ponerse de relieve el doble objetivo de la nueva unidad administrativa –horizontal y sectorial–, al mismo tiempo que destaca decididamente la importancia de los servicios a las empresas en el contexto del objetivo sectorial.

En el Programa de Trabajo de la Comisión para el año 1988³, puede también leerse lo siguiente: «Por lo que se refiere a las actividades terciarias, la Comisión desarrollará una política de promoción del mercado de servicios, tanto en el marco de la plena realización del mercado interior como con respecto al proceso de universalización de los intercambios. La actividad se centrará en dos ejes esenciales: desarrollar un mejor conocimiento de la evolución del aparato industrial, sobre todo en relación con el papel que desempeñan los servicios a las empresas y, por otra parte, definir una serie de actuaciones para el sector de servicios donde las condiciones del mercado requieren una especial atención».

Todas las citas anteriores indican bien a las claras que la Comisión Europea se ha propuesto hacer frente a un doble reto:

- El de la inexistencia de una política global para los servicios.
- El de la inexistencia de una cobertura suficiente de los sectores de servicios a las empresas y de nuevos servicios.

En este artículo voy a referirme estrictamente al segundo reto y, en consecuencia, voy a tratar de servicios a las empresas y de nuevos servicios desde la óptica de la Comisión Europea.

Los objetivos de la División Mercado de Servicios

La nueva unidad administrativa, llamada División de Mercado de Servicios, nacida en el año 1986 para atender el doble reto –horizontal y sectorial– antes mencionado, ha recibido de la Comisión Europea los siguientes objetivos:

- Desarrollo de iniciativas para fortalecer la posición de los servicios como un todo y cobertura de todas las ramas de servicios no atendidas hasta el momento por parte de actividades más especializadas de la Comisión.
- A tal efecto, análisis de la economía de servicios como un todo y por ramas.

² Comisión de las Comunidades Europeas, XXI Informe General sobre la actividad de las Comunidades Europeas, Bruselas, 1987.

³ Comisión de las Comunidades Europeas, Programa de Trabajo para 1988, Bruselas, 1988.

- Asegurar la coherencia entre las distintas áreas de política comunitaria relacionadas con los servicios, como por ejemplo, mercado interior, relaciones exteriores, política regional, empleo, Sistema Monetario Europeo, transporte, política fiscal, etc.
- Relacionarse con cualquier nueva organización u organizaciones capaces de hablar en nombre del sector de servicios como un todo.
- Establecer vínculos con aquellos sectores con los que todavía no exista una relación formal (como por ejemplo, consultoría, etc.).
- Contribuir a las negociaciones internacionales, como por ejemplo, las del GATT.
- Lanzar iniciativas para aumentar la conciencia pública del papel positivo que juegan los servicios en la economía comunitaria.

Como puede observarse, los siete objetivos fundacionales de la División Mercado de Servicios son amplios, ambiciosos y diversos. No hacen sólo referencia a los dos retos (horizontal y vertical) antes comentados, sino también a otros asuntos, como los siguientes:

- Contribución a las negociaciones GATT sobre los servicios. Este es un tema de gran envergadura. Como se sabe, los servicios han sido incluidos, por primera vez, en una ronda de negociaciones del GATT –la Ronda Uruguay– iniciada en Punta del Este (Uruguay) en septiembre de 1986. La Comisión Europea es la responsable de negociar en el GATT, en nombre de los doce Estados miembros de la Comunidad⁴. Dentro de la Comisión, la Dirección General I, de Relaciones Exteriores, es la competente para ello, pero necesita recibir contribuciones de la nueva División de Mercado de Servicios, en lo que se refiere a la fijación de estrategias sectoriales de negociación.
- Establecimiento de un nuevo diálogo con las organizaciones representativas de los servicios, tanto a nivel global como a nivel sectorial. A diferencia de lo que ocurre con la agricultura a través del COPA (Comité de Organizaciones Profesionales Agrícolas) o con la industria a través de la UNICE (Unión de Industrias de la Comunidad Europea), no existe una organización comunitaria europea que represente al sector terciario en su conjunto. En cuanto se refiere a los sectores de servicios a las empresas y nuevos servicios, algunos de ellos no se han constituido todavía en forma de organización representativa (es el caso de los sectores de la limpieza industrial, del mantenimiento, del correo aéreo privado, etc.); otros la tienen, pero hasta el momento presente han mantenido escasos contactos con las instituciones comunitarias (es el caso de los sectores de la consultoría, servicios jurídicos, servicios de marketing, servicios de seguridad, etc.). La tradición de diálogo entre los servicios y la Comisión es, por tanto, mucho menos intensa que la referente a los sectores agrícola e industrial.
- Lanzar iniciativas para aumentar la conciencia pública del papel positivo que juegan los servicios en la economía comunitaria. Este es un tema que podría parecer un tanto redundante, al tratarse de un sector que representa aproximadamente el 60% del empleo

⁴ Díaz Mier, M.A., «El GATT como marco de un acuerdo internacional de servicios», Información Comercial Española, agosto-septiembre de 1988.

y de la riqueza de la Comunidad Europea. Sin embargo, no es así, por cuanto, hasta bien recientemente, los servicios no han merecido una atención suficiente por parte de las distintas Administraciones públicas, ni por parte de la opinión pública en general.

Estructura administrativa tradicional de la Comisión Europea dedicada a los servicios

Antes de la creación de la División Mercado de Servicios, ya existían, como siguen existiendo, en el seno de la Comisión Europea, departamentos administrativos especializados en diferentes sectores de servicios. Sus puntos específicos de interés son de carácter sectorial y horizontal (véanse Cuadros 1 y 2), y están más bien centrados alrededor de actividades de servicios tradicionales (finanzas, transporte, turismo, comercio, etc.).

Cuadro 1

Estructura administrativa tradicional de la Comisión Europea dedicada a los servicios: punto de vista sectorial

Servicios cubiertos	Direcciones generales (DG) que se ocupan de tales servicios
Servicios financieros	DG XV
Telecomunicaciones	DG XIII
Información	DG XIII
Investigación y desarrollo	DG XII
Transportes	DG VII
Turismo	DG VII
Formación	DG V
Comercio y distribución	DG III
Hoteles, restaurantes, cafeterías	DG III
Profesiones liberales	DG III
Servicios audiovisuales	DG III
A añadir, después de la creación de la División Mercado de Servicios:	
Servicios a las empresas	DG III
Nuevos servicios	DG III

Cuadro 2

Estructura administrativa tradicional de la Comisión Europea dedicada a los servicios: punto de vista horizontal

Coordinación de instrumentos estructurales	DG XXII
Unión aduanera y fiscalidad indirecta	DG XXI
Política regional	DG XVI
Protección a los consumidores	DG XI
Desarrollo	DG VIII
Empleo, asuntos sociales y educación	DG V
Competencia	DG IV
Mercado interior y asuntos industriales	DG III
Asuntos económicos y financieros	DG II
Relaciones exteriores y Grupo Interservicio sobre las negociaciones GATT	DG I
Información estadística	Oficina Estadística
Pequeñas y medianas empresas	Task Force PME

Las unidades administrativas de la Comisión dedicadas a los sectores de servicios han ido ganando en importancia y en ámbitos de competencia en los últimos tiempos. Se pueden destacar, por ejemplo, los siguientes fenómenos:

- Acciones de liberalización en servicios financieros, transportes, profesiones liberales y mercados públicos.
- Nuevas políticas en los sectores audiovisual y de telecomunicaciones.
- Nuevos programas en materia de investigación y desarrollo.
- Desarrollo de políticas sectoriales en comercio, distribución y turismo.

En resumen, se podría decir que el tratamiento sectorial de los servicios, por parte de la Comisión, hasta el momento de la creación de la División Mercado de Servicios, es bastante amplio, aunque incompleto. El tratamiento horizontal parece todavía más insuficiente. La ausencia de una coordinación suficiente entre las diferentes políticas sectoriales y horizontales es también de destacar (la nueva unidad División Mercado de Servicios ha recibido, como antes hemos visto, el objetivo de coordinar las actuaciones en materia terciaria dentro de la Comisión).

2. ¿Por qué interesa profundizar en los sectores de servicios a las empresas y en los nuevos servicios?

Los resultados de las investigaciones del Programa FAST

En el caso del mandato recibido por parte de la División Mercado de Servicios, los focos de interés sectorial prioritarios se sitúan en el ámbito de los servicios a las empresas. Los nuevos servicios interesarán, consecuentemente, en la medida en que sean servicios a la producción o intermediarios. Los resultados de las investigaciones del programa FAST (Forecasting and Assessment in Science and Technology) 1984-1986, sobre los servicios a la producción, de la Comisión Europea, así lo exigen⁵.

Los objetivos fundamentales de las investigaciones FAST eran:

1. Identificar la dinámica del sistema industrial a largo plazo.
2. Profundizar en el significado del papel de los servicios a las empresas dentro del desarrollo industrial.
3. Analizar la dinámica del sector de servicios a las empresas.
4. Presentar recomendaciones a la Comisión Europea y a los Gobiernos de los Estados miembros sobre aquellas cuestiones que merezcan actuaciones públicas.

⁵ Comisión Europea, Dirección General de Ciencia, Investigación y Desarrollo, «Services to the manufacturing sector. A long term investigation», Bruselas, 1986.

El resumen de los resultados de las investigaciones del Programa FAST son los siguientes:

- a) Contrariamente a lo que a veces se ha llegado a mantener, la industria no está corriendo el mismo destino que la agricultura en el siglo pasado, es decir, la industria no está llamada a perder 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 «metaindustrial», pero en ningún caso la desaparición progresiva de la industria.
- c) No parece que se pueda hablar con propiedad de una desindustrialización, 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 sobre tres pilares:

1. Contribución decisiva de la materia gris (*massive brain input*) en los procesos de producción.
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 importando. A esta misma conclusión llegan otros estudios actuales realizados sobre el tema^{6,7,8}.

Un estudio reciente del Congreso de los Estados Unidos de América⁹ también viene a tratar de demostrar que «tanto nacional como internacionalmente, los servicios y la industria son interdependientes», y que «la habilidad competitiva en la producción de servicios se ha convertido en un factor determinante de la competitividad internacional del sector industrial». Añade que «los servicios intensos en tecnología son esenciales en el suministro de infraestructuras para la producción de bienes de alto valor añadido». Todos estos cambios, que

⁶ Cohen, Stephen S. y John Zysman, «Manufacturing Matters: The Myth of the Post-Industrial Economy», Basic Books, Nueva York, 1987.

⁷ Gunn, Thomas G., «Manufacturing for Competitive Advantage: Becoming a World Class Manufacturer», Ballinger, Cambridge, Mass., 1987.

⁸ Skinner, Wickham, «What Matters to Manufacturing», *Harvard Business Review*, enero-febrero de 1988.

⁹ Congress of the United States. Office of Technology Assessment, «International Competition in Services», Washington, 1984.

conducen a una nueva economía, pueden apreciarse tanto en los empleos (importancia creciente de las funciones de servicios) como en los productos (aparición progresiva de *packages* o paquetes de objetos materiales y de servicios, como ocurre frecuentemente en el software).

Véanse en el Cuadro 3 las principales diferencias entre las fases sucesivas de desarrollo del sistema industrial:

Cuadro 3

Los diferentes estadios del sistema industrial

LA EVOLUCION DE LOS FUNDAMENTOS DE LA INDUSTRIA

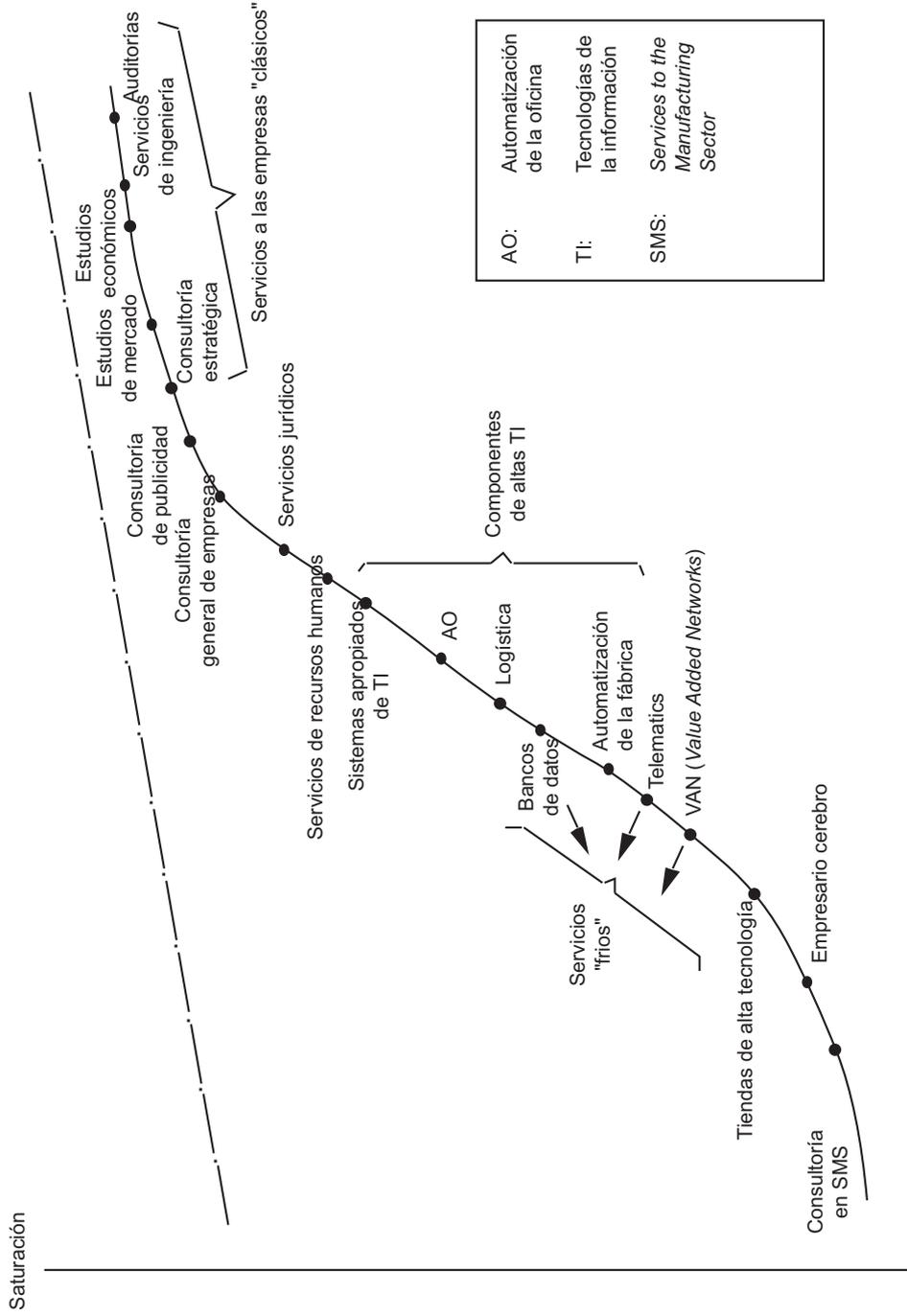
Estadios Niveles	Artesanado	Industria	Hiperindustria	Metaindustria
Mercados	Local a regional.	Regional a nacional.	Mundial (segmentos voluminosos).	Mundial (segmentación fina).
Productos	A la medida.	Estandarizado.	Muy estandarizado.	Producto sistema.
Producción – Instrumentos	Herramientas de mano.	Máquina 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 locales.	Monopolios / oligopolios regionales / nacionales.	Oligopolios internacionales.	Oligopolios + asociaciones.
Recursos humanos	Maestro artesano + obreros.	Un jefe + algunos ingenieros + mano de obra poco cualificada.	Tecnoestructura + mano de obra poco cualificada.	Tecnoestructura + mano de obra muy cualificada.
Organización	—	Vertical.	Fraccionada.	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 (gremios).	Sectores bien delimitados. Empresas mono-sectoriales.	Sectores bien delimitados. Empresas multisectoriales.	Empresas transectoriales + empresas hiperespecializadas.

Fuente: SEMA.

Otra característica fundamental del sistema «metaindustrial» es la utilización masiva de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información y la importancia progresiva de los servicios nuevos, desde el punto de vista de la utilización reciente de tales tecnologías (véase el Cuadro 4).

Cuadro 4

Grado de saturación del mercado de las actividades de servicio a las empresas



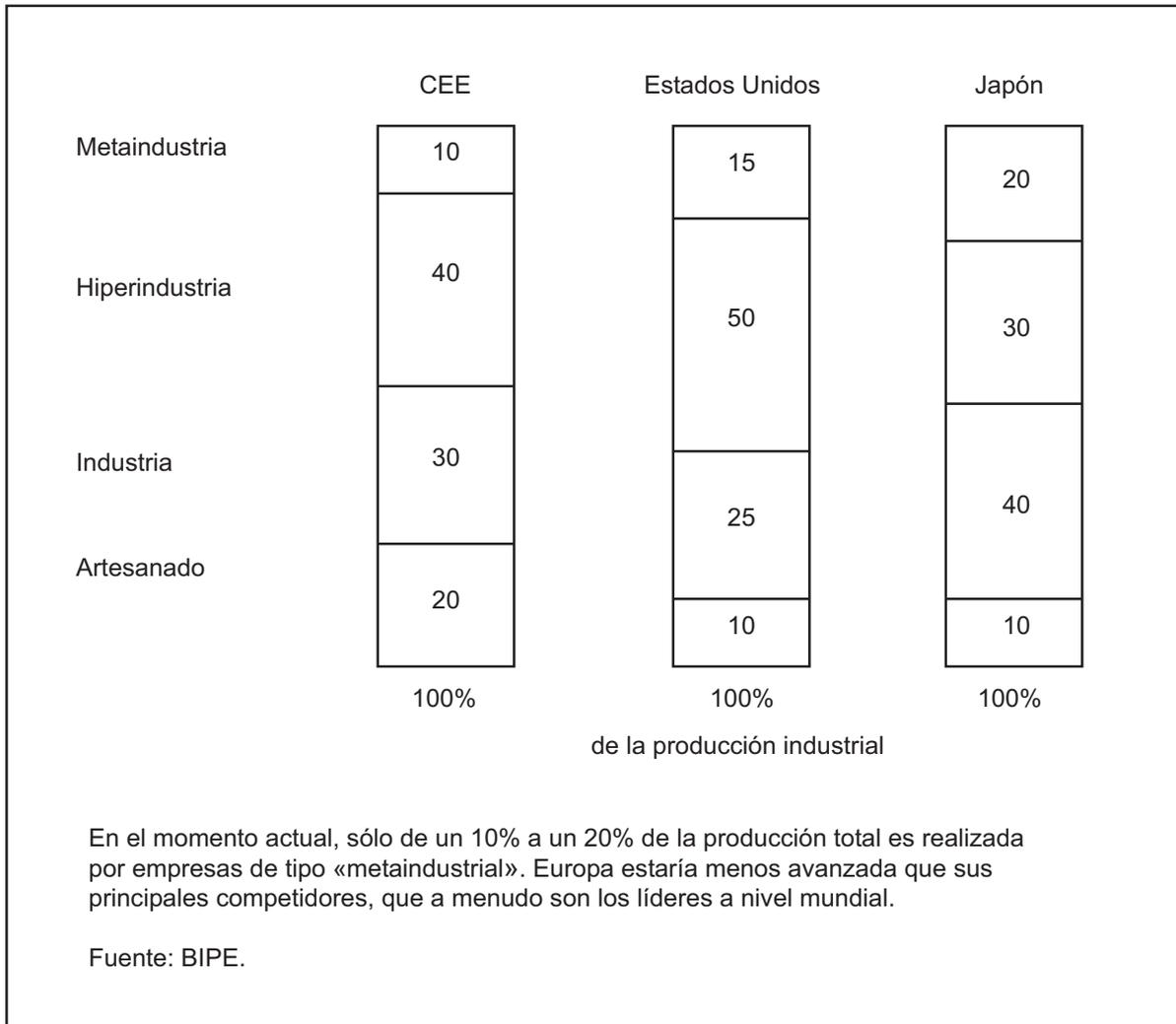
Ciclo de vida

"Jóvenes" y "viejos" servicios a las empresas

Fuente: SEMA, 1984.

Cuadro 5

Los grados de «metaindustrialización» (según estimaciones SEMA)



Cuadro 6

(según estimaciones SEMA)

	Dominación	Líderes mundiales
Auditoría, revisión contable	Estados Unidos	Arthur Andersen (Estados Unidos) Arthur Andersen (Estados Unidos) (8 grandes)
Marketing, publicidad	Estados Unidos Reino Unido Japón	Saatchi (Reino Unido) Dentsu (Japón) Young and Rubicam (Estados Unidos)
Consejo estratégico	Estados Unidos	Arthur Andersen / Peat Marwick Batelle, BCG
Servicios informáticos	Estados Unidos Francia	IBM, Mc Donald } Estados Unidos Douglas I.S.
Bancos de datos	Estados Unidos	Dunn et Bradstreet (Estados Unidos) DRI, Quotron, Mead-Data
Ingeniería	Corea	Betchtel (Estados Unidos) Grupos coreanos BTP
Ingeniería industrial	Estados Unidos	Schlumberger (Int.) Fluor (Estados Unidos), Betchtel (Estados Unidos)
Negocio internacional	Japón	Las nueve <i>sogo shoshas</i> japonesas: Mitsubishi, etc.
Servicios financieros	Estados Unidos Reino Unido	Shearson } Estados Unidos Lehman Brothers Merrill Lynch

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.) o, lo que es lo mismo, del también llamado «terciario avanzado». Todos estos servicios están llamados a conocer una fuerte expansión en los próximos diez a quince años. 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 (véase el Cuadro 7).

Cuadro 7

Principales características del sector SMS en la CE

TIPO DE SMS	Evolución de los mercados a medio-largo plazo		COMPETENCIA			SITUACION DE LAS FIRMAS COMUNITARIAS		
	Países desarrollados	Países en desarrollo	Nivel de servicios de los líderes de la CE	Liderazgo tecnológico	Presencia extranjera en el mercado comunitario*	Existencia de líderes a nivel mundial	Salud financiera de las firmas comunitarias	Principales problemas
1. SERVICIOS DE INGENIERIA <ul style="list-style-type: none"> • Construcción • Infraestructura • Industria • Especializado (océano, espacio) • Otros (pericia técnica) 	→ ↘ → ↗ →	↗ ↗ ↗ ↗ →	Internacional " " "	CE – EE.UU. " EE.UU, RFA, GB EE.UU, Francia CE – EE.UU.	débil notable <i>(process holders)</i> débil débil	sí sí sí sí	media mala débil media buena	Competencia de PNI. Declive exportación. Desarrollo tecnológico para microproyectos.
2. CONSULTING DE ADMINISTRACION <ul style="list-style-type: none"> • Consultoría estratégica • Administración general (sistemas de información, organización) • Estudios de mercado • Estudios económicos 	→ ↗ ↗ ↗	↗ ↗ ↗ ↗	Internacional " " "	EE.UU. " CE – EE.UU. CE – EE.UU.	dominante importante (8 grandes) importante débil	no no no sí	buena buena buena media	Imagen. Mercados que cambian rápidamente.
3. SERVICIOS DE RECURSOS HUMANOS <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de ejecutivos • Mano de obra temporal • Formación • Consultoría en dirección de recursos humanos 	↗ ↗ ↗ ↗	↗ ↗ ↗ ↗	" " " Principiante	EE.UU. CE – EE.UU. Japón Japón – EE.UU.	dominante notable débil débil	no no no no	buena buena media	– – Integración en servicios de ingeniería y <i>consulting</i> .

(PNI: Países nuevos industriales).
(SMS.: *Services to the manufacturing sector*).

* Clasificación: Ninguna — Débil — Notable — Importante — Fuerte — Dominante.

EE.UU. = Estados Unidos
RFA = República Federal de Alemania
GB = Reino Unido

Cuadro 7 (continuación)

Principales características del sector SMS en la CE

TIPO DE SMS	Evolución de los mercados a medio-largo plazo		COMPETENCIA			SITUACION DE LAS FIRMAS COMUNITARIAS		
	Países desarrollados	Países en desarrollo	Nivel de servicios de los líderes de la CE	Liderazgo tecnológico	Presencia extranjera en el mercado comunitario*	Existencia de líderes a nivel mundial	Salud financiera de las firmas comunitarias	Principales problemas
4. SERVICIO DE TI (tecnología de la información)								
• Sistemas de ingeniería	→→	→	Internacional	EE.UU.	notable	no	buena	Disponibilidad de personal cualificado.
• Software	→→	→	Internacional	EE.UU.	notable (especialmente en productos de software)		buena excepto en Francia	
• Proceso de datos			Internacional	EE.UU.	notable			
– Local	→→	→	"	EE.UU.	notable			Bajo nivel de demanda.
– Remoto	→→	→	Regional	EE.UU.	importante			
• VAN (<i>Value Added Networks</i>)	→→	→		EE.UU. – Japón				
5. SERVICIOS DE DATOS								
• <i>Databanks, Dataclubs</i>	→→	→	Principiante	EE.UU.	dominante	no (con excepciones)	mala	Bajo nivel de demanda.
• Asesores de datos	→→	→	Principiante	EE.UU.	no	no	media	
• Ferias, exposiciones	→	→→	Internacional	RFA. – Francia	no	sí	buena	
6. COMUNICACION INDUSTRIAL								
• Consultoría de publicidad	→	→	Internacional	EE.UU. – Japón	dominante (excepto en Francia)	sí	buena	
• Relaciones públicas	→→	→→	Europeo	EE.UU. – Japón	dominante	sí	buena	

* Clasificación: Ninguna — débil — notable — importante — fuerte — dominante.

EE.UU. = Estados Unidos

RFA = República Federal de Alemania

Cuadro 7 (continuación)

Principales características del sector SMS en la CE

TIPO DE SMS	Evolución de los mercados a medio-largo plazo		COMPETENCIA			SITUACION DE LAS FIRMAS COMUNITARIAS		
	Países desarrollados	Países en desarrollo	Nivel de servicios de los líderes de la CE	Liderazgo tecnológico	Presencia extranjera en el mercado comunitario*	Existencia de líderes a nivel mundial	Salud financiera de las firmas comunitarias	Principales problemas
7. CONSULTORIA DE R.D. • Profesional • Tiendas de alta tecnología	↗ ↗	↗ ↗	Local Europeo	EE.UU. EE.UU. – Japón	fuerte débil	no no	mala buena	Mercados nacionales demasiado pequeños. Debiera reaccionarse rápidamente para evitar la situación de auditoría. Creadores de empleo.
8. AUDITORIA	→	↗	Internacional	EE.UU. – G.B.	fuerte	sí	buena	
9. SERVICIOS LEGALES	↗	↗	Europeo	EE.UU. – G.B.	fuerte	no	buena	
10. SERVICIOS OPERACIONALES (abastecimiento, seguridad)	↗	↗	Internacional	EE.UU. – CE	fuerte	sí	buena	

*Clasificación: Ninguna — débil — notable — importante — fuerte — dominante.

EE.UU. = Estados Unidos
GB = Reino Unido

Recomendaciones del Programa FAST

A partir del análisis de los resultados antes expuestos, el Programa FAST propone una serie de recomendaciones, centradas sobre 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, etc.).
- 5) Dedicar mucha mayor atención a los servicios a las empresas, que constituyen el corazón de la nueva revolución terciaria en curso.

3. ¿Qué se entiende por sectores de servicios a las empresas y por nuevos servicios? ¿Cómo se pueden clasificar?

Introducción

Los servicios a las empresas son servicios que no van destinados a las personas, sino a otras unidades de producción de bienes y servicios. Son servicios a la producción. Sus definiciones y clasificaciones no están muy claras.

Los llamados «nuevos» servicios tampoco presentan unos límites bien perfilados. En general, se habla de servicios «nuevos» por alguna de las razones que se citan a continuación¹⁰:

- Actividades con fuerte impacto de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
- Actividades con nuevos problemas de entorno por resolver (entorno tecnológico, económico, normativo, etc.).
- Actividades tradicionales prestadas según nuevas modalidades, por motivos diversos.

El crecimiento de las necesidades de servicios por parte de las empresas no formaba parte del esquema explicativo clásico de expansión de los servicios, desarrollado tradicionalmente por Colin Clark y Jean Fourastié. Se hablaba más bien de servicios destinados al consumidor final, a las personas. Hoy, en cambio, estamos asistiendo a un crecimiento sostenido de las actividades de

¹⁰ Ruysse, Olivier, «Nouveaux services et renouveau des services», *Revue d'Economie Industrielle*, nº 43, 1988.

servicios a las empresas, que no se reduce solamente a un proceso de externalización de aquellas funciones de servicio anteriormente aseguradas dentro de las empresas¹¹.

Véanse en el Cuadro 8 la importancia de los servicios intermediarios en algunos países.

Cuadro 8

Destino de los recursos en servicios (1980)*
(Conjunto de servicios, incluyendo comercio)

En porcentaje	Consumo intermediario	Consumo doméstico	Consumo colectivo	Exportaciones
Alemania	35,8	36,9	21	4,2
Estados Unidos (1981)	35,0	44,1	17,2	2,1
Italia	33,0	40,8	20,2	4,6
Francia	32,0	43,3	18,6	4,3
Reino Unido (1989)	29,6	37,7	24	7,4
España	27,5	50,2	15,9	3,5
Dinamarca	27,3	34,1	29,2	7,5
Países Bajos	26,4	39,1	19,4	12,3

*«Comptes nationaux SEC, tableaux entrées-sorties, 1980», Eurostat C2, 1986, y Survey of current business, Estados Unidos, enero 1987.

Además, se puede decir que el porcentaje de empleos de servicios dentro de las empresas industriales está aumentando, también con independencia del proceso de externalización (véase el Cuadro 9).

Cuadro 9

Distribución de empleos de servicio por función en porcentaje del empleo total en la industria y en el sector de los servicios

Funciones	Industria		Servicios	
	1969	1983	1969	1983
Dirección, organización, gestión	3,4	4,5	7,3	8,2
Informática	0,5	0,8	1,9	2,3
Contabilidad	1,6	1,6	3,6	3,3
Secretariado	6,1	6,6	17,4	16,4
Funciones comerciales y publicitarias	3,1	4,3	12,2	13,8
Transporte	1,8	1,9	9,4	7,2
Vigilancia y seguridad	0,4	0,4	1,2	1,7
Limpieza y personal de servicio	0,3	0,6	2,4	5,1
Sanidad	0,1	0,2	2,6	4,2
Psicólogos, actividades culturales, servicios sociales	-	-	0,8	2,6
Banca y seguros	-	-	5,3	5,6
Otros	0,4	0,5	4,9	5,1
Total	17,2	21,4	69	75,5

¹¹ Fontaine, Claude, «Le développement des activités de service aux entreprises et dans les entreprises», *Revue d'Economie Industrielle*, nº 43, 1988.

Los servicios a las empresas, según un estudio reciente de la OCDE

Un estudio reciente de la OCDE dedicado a los servicios a las empresas¹² indica lo siguiente:

1. Están en plena expansión.
2. Suponen del 3 al 6% del valor añadido o del empleo del sector terciario en su conjunto.
3. Los límites de los servicios a las empresas no están claros, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.
4. En su interior, las evoluciones no son uniformes. Así, los servicios a las empresas relacionados con la informática crecen por encima de la media, mientras que la ingeniería técnica está sometida a un proceso de ajuste.
5. La mayor parte de los servicios a las empresas utilizan personal altamente cualificado.
6. Los costes de todos los servicios –tanto los generados en el interior como en el exterior de las empresas– son cada vez más importantes dentro del valor añadido de un producto.
7. Los servicios a las empresas tienden a internacionalizarse de manera intensa.
8. Es de destacar el impacto enorme de las evoluciones tecnológicas sobre los servicios a las empresas.
9. Los sistemas educativos no son capaces de seguir las necesidades de formación requeridas por la expansión de los servicios a las empresas.
10. La competitividad de la empresa industrial depende, en gran manera, de la calidad de los servicios a las empresas que recibe.
11. Las Administraciones públicas no son, en general, todavía conscientes de la importancia de los servicios a las empresas.

Clasificaciones

En la División Mercado de Servicios de la Comisión Europea se maneja habitualmente la lista de sectores de servicios a las empresas que figura en el Cuadro 10.

¹² OCDE, «Les industries de services d'ingénierie, services techniques et autres services destinés aux entreprises. Rapport de Synthèse», París, 1988.

Cuadro 10

Distribución de empleos de servicio por función en porcentaje del empleo total en la industria y en el sector de los servicios

1.	Consultoría de empresas
2.	Servicios informativos varios
3.	Servicios jurídicos
4.	Auditoría y contabilidad
5.	Ingeniería
6.	Arquitectura
7.	Relaciones públicas
8.	Estudios de mercado
9.	Publicidad
10.	Marketing directo
11.	Trabajo temporal
12.	Selección de personal
13.	Formación
14.	Servicios lingüísticos
15.	Ferias y exposiciones
16.	Servicios relacionados con la exportación
17.	Investigación y desarrollo
18.	Control e inspección de calidad
19.	Mantenimiento
20.	Diseño
21.	Servicios de seguridad
22.	Limpieza industrial
23.	Servicios a la construcción
24.	Catering

Fuente: División Mercado de Servicios, Comisión de las Comunidades Europeas.

Una tipología que merece especial atención es la funcional, que se recoge en el Cuadro 11.

Cuadro 11

Tipología de prestaciones de servicios a las empresas (SE) y tipología funcional

Tipología de prestaciones SE	Tipología funcional
A. FUNCION ADMINISTRATIVA - CONTABLE FINANCIERA - PERSONAL	A. FUNCION ADMINISTRATIVA
1. Oficinas de consultoría financiera y económica	A1. Gestión jurídica, financiera y económica
2. Oficinas de contabilidad (auditoría contable, gestión y control)	A2. Gestión administrativa A3. Gestión de personal
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>)	
B. GESTION DE LA PRODUCCION (no concierne a las empresas de servicios)	B. GESTION DE LA PRODUCCION
9. Ingeniería industrial, de sistemas de proceso (excepto inmuebles, informática, gestión)	B1. Ingeniería industrial B2. Gestión de la producción
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	
C. FUNCION COMERCIAL	C. FUNCION COMERCIAL
15. Sociedades de consultoría en marketing, estudios de mercado	C1. Promoción comercial C2. Venta C3. Servicio posventa C4. Marcas y patentes
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 posventa	
21. Sociedades de marcas y patentes	

Cuadro 11 (continuación)

D. FUNCION LOGISTICA - COMUNICACION TRANSPORTE	D. FUNCION LOGISTICA COMUNICACION
22. Oficinas de estudios de organización	D1. Organización - información
23. Sociedades de servicio y consejo en informática (SSCI)	D2. Compras
24. Sociedades de agrupaciones de compra	D3. Transporte - almacenes
Sociedades de transporte de mercancías:	D4. Gestión inmobiliaria - mobiliaria
25. Terrestre	D5. Ingeniería de infraestructura
26. Aéreo	
27. Fluvial/marítimo	
28. Ferroviario	
29. Intermediarios de transportes (comisionistas, intermediarios de expedición, agentes de aduana)	
30. Depósitos, almacenes, sociedades de gestión de stocks	
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 leasing	
36. Ingeniería de infraestructura, de edificios	
37. Oficinas de arquitectos, arquitectos, geómetras	
E. SERVICIOS GENERALES	E. SERVICIOS GENERALES
38. Sociedades de limpieza, conservación de edificios	
39. Sociedades de seguridad, vigilantes	
40. Sociedades de restauración industrial	
Otros, a precisar	

Fuente: «Perspectivas del sistema productivo: Análisis de las actividades de servicios prestadas a las empresas en Bélgica, 1987», informe de investigación realizado por J. Howard y Cl. Belleflamme, IRES, Université Catholique de Louvain, Servicio de Programación de la Política Científica (S.P.P.S.), Bruselas, 1987.

Otra clasificación de los servicios a las empresas o servicios intermediarios nos la brinda un estudio reciente del Congreso de los Estados Unidos, al que ya nos hemos referido anteriormente¹³, y es lo que puede apreciarse en el Cuadro 12.

Cuadro 12

Clasificación de los servicios por mercados de destino

I. Mercados intermediarios (servicios a las empresas)

Servicios financieros

- Banca
- Seguros
- Leasing

Transporte marítimo y distribución

- Oceánico
- Ferroviario
- Carretera
- Cargo aéreo
- Almacenaje, distribución, comercio al por mayor

Servicios profesionales y técnicos

- Licencias técnicas
- Arquitectura, ingeniería, construcción
- Consultoría de empresas
- Servicios jurídicos
- Contabilidad

Otros servicios intermediarios

- Tecnologías de la información
- *Franchising*
- Publicidad
- Otros (seguridad, mantenimiento, etc.)

II. Mercados finales (servicios a los consumidores)

- Comercio al detalle (incluida la restauración)
 - Salud
 - Viajes, ocio, espectáculos
 - Educación
 - Otros servicios sociales
 - Otros servicios personales
-

Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

¹³ Congress of the United States. Office of Technology Assessment, «International Competition in Services», Washington, 1984.

El mencionado estudio distingue también entre:

- Servicios intensivos en *know-how*
- Servicios terciarios o más tradicionales

En los Cuadros 13 y 14 se pueden apreciar las características de estos dos tipos de servicios, así como algunos ejemplos de los mismos.

Cuadro 13

Características de los servicios intensivos en *know-how* y de los servicios terciarios o tradicionales

Servicios intensivos en <i>know-how</i>	Servicios terciarios
Educación superior Remuneración alta Empleos profesionales Formación continua	Niveles educativos bajos Remuneración baja
Aplicación de tecnologías avanzadas Informatización Los ordenadores posibilitan el trabajo humano	No aplicación de tecnologías avanzadas Los ordenadores sustituyen 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, etc.)
Exigencia de respuesta rápida a las necesidades del cliente. Necesidad de flexibilidad. <i>Customization</i> (adaptación al cliente requerido)	El servicio tiende a ser estandarizado

Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

Cuadro 14

Ejemplos de servicios intensivos en *know-how* y de servicios terciarios o tradicionales

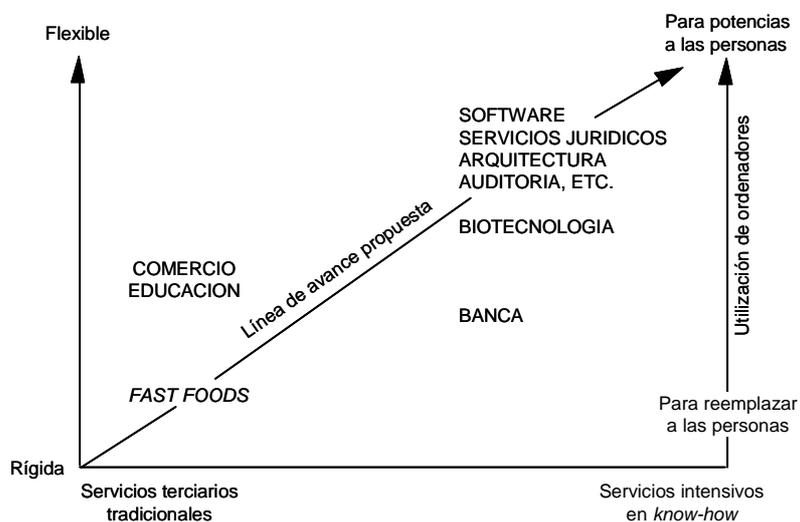
Servicios intensivos en <i>know-how</i>	Servicios terciarios o tradicionales
Banca	Leasing
Seguros	Transporte y distribución (todos)
Servicios profesionales y técnicos	<i>Franchising</i>
Tecnologías de la información (todas)	Comercio al detalle
Publicidad	Viajes, ocio, espectáculos
Diseño	Servicios sociales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

Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

El Cuadro 15 indica la línea de avance propuesta como objetivo a la economía norteamericana por parte del citado estudio del Congreso de los Estados Unidos, en lo relativo al tipo de servicios a prestar.

Cuadro 15

Línea de avance a seguir por parte de la economía norteamericana en materia de servicios



Fuente: Office of Technology Assessment, 1987.

ESIF (European Service Industries Forum), un «lobby» europeo de los servicios recientemente creado, ha propuesto la siguiente lista de servicios no tradicionales (servicios «nuevos», en consecuencia), sobre los que se propone trabajar de manera prioritaria.

Cuadro 16

Lista de nuevos servicios propuestos por ESIF
(European Service Industries Forum)

1.	Comunicación de empresas
2.	Catering
3.	Limpieza y mantenimiento
4.	Servicios informáticos
5.	Servicios de correo privados
6.	Servicios culturales
7.	Bancos de datos
8.	Diseño
9.	Ocio
10.	Selección de personal de alta dirección
11.	Servicios privados de salud
12.	Servicios lingüísticos
13.	Ingeniería política (<i>lobbying</i>)
14.	Edición electrónica
15.	Control e inspección de la calidad
16.	Servicios de seguridad
17.	Software
18.	Servicios de telecomunicación
19.	Trabajo temporal
20.	Formación

Fuente: ESIF (European Services Industries Forum).

En opinión de ESIF, los anteriores veinte sectores «nuevos» de servicios están desarrollándose con gran dinamismo. Sus tasas de crecimiento, así como su nivel de internacionalización, son muy importantes.

En el Cuadro 17 se presentan algunos comentarios sobre cada uno de los veinte sectores anteriores, así como algunos ejemplos de empresas líderes en cada uno de ellos, según ESIF:

Cuadro 17

Sector	Comentario	Empresas europeas líderes
1. Comunicaciones de empresas	Flujo de informaciones empresariales (por ejemplo, informaciones financieras). Uno de los subsectores más prometedores dentro del campo de la publicidad y de las relaciones públicas.	VVL: BBDO Saatchi & Saatchi
2. Catering	Especialización creciente.	Sodexo Belgavia
3. Limpieza y mantenimiento	Mercado local hasta hace poco tiempo. Aparición progresiva de empresas multinacionales.	Cemstobel Euroclean
4. Servicios informáticos	Diferenciados de telecomunicaciones, software y bancos de datos. Por ejemplo: diseño de sistemas, planificación financiera, proceso de datos, etc.	Economoc ISS Sonae
5. Servicios de correo privados	Mercado internacional desde hace menos de diez años. Mercado local también en plena expansión (mensajería).	DHL TNT-Ipec
6. Servicios culturales	Industrias de la cultura de carácter privado.	City of Frankfurt Bavarian Studios
7. Bancos de datos	Demanda en plena expansión. Exito 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 empresa.	Giurgini Bofill
9. Ocio	Aparición progresiva de parques de atracciones (Eurodisneyland, Asterix Park, etc.).	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 International
12. Servicios lingüísticos	En plena expansión. Mercado local hasta hace poco tiempo.	Lexitech EF International

Cuadro 17 (continuación)

Sector	Comentario	Empresas europeas líderes
13. Ingeniería política <i>lobbying</i>	Progresiva importancia de Bruselas como segunda capital mundial del sector.	Interal Eureka Group
14. Edición electrónica	Aplicaciones de la electrónica al mundo editorial. Progresiva internalización.	Pergamon Infoline Belgavia
15. Control e inspección de calidad	Esencial en el comercio internacional. Demanda reciente.	Société Générale de Surveillance. Norks Veritas
16. Servicios de seguridad	Protección de personas, bienes, información, etc. Aplicaciones de la electrónica. Demanda creciente.	Intergarde Securitas
17. Software	Servicio estratégicamente muy importante. Demanda creciente.	Cap Gemini Sogeti Lógica
18. Servicios de telecomunicación	Esenciales para el conjunto de los nuevos servicios. Infraestructura básica requerida para su funcionamiento.	Mercury Communications Nokia
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

En un documento recientemente presentado a la Comisión Europea, ESIF estima que la Comunidad Europea es competitiva en, por lo menos, veinticinco sectores de servicios a las empresas o sectores nuevos. Tales veinticinco sectores pueden observarse en el Cuadro 18, divididos 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.

Cuadro 18

Sectores de servicios	Empresas europeas líderes	Ventas mundiales estimadas (millardos de ecus)
Primer apartado		
1. Bancos de datos y servicios de información	Pergamon Orbit Infoline, Reino Unido Minitel, Francia)	8
2. Edición electrónica	MCC, Reino Unido Bertelsmann, República Federal de Alemania	5
3. Telemarketing	Decisions Group, Reino Unido	1
4. Software	Cap Gemini Sogeti, Francia	40
5. VAN (<i>Value Added Networks</i>)	S.W.I.F.T., Bélgica CEDEL, Luxemburgo	2
6. Información financiera electrónica	Reuters, Reino Unido	2
7. Servicios informáticos	Econocom, Países Bajos/Francia	5
Segundo apartado		
8. Servicios de consumo rápido	Minute International (Bélgica/Suiza) – Kwik Fit, Reino Unido	2
9. Ocio	Virgin Group, Reino Unido	-
10. Servicios de “media”	RTL, Luxemburgo Pearson international, Reino Unido	150
11. Servicios culturales	Bavarian Studios, República Federal de Alemania	-
Tercer apartado		
12. Servicios de seguridad	Securitas, Países Bajos	100
13. Servicios lingüísticos	Lexitech, Bélgica	18
14. Ferias y congresos	Ciudad de París	5
15. Diseño	Giurgini, Italia	80
16. Servicios de control e inspección de la calidad	Société Générale de Surveillance, Suiza Veritas, Francia	50
17. Limpieza	ISS, Dinamarca	30
18. Mantenimiento informático	Grenada, Francia/Reino Unido	2
19. Correo privado	DHL (BEC/Hong Kong)	12
20. Publicidad y relaciones públicas	Saatchi & Saatchi, Reino Unido	100
21. Alquiler de vehículos		
Cuarto apartado		
22. Trabajo temporal	Blue Arrow, Reino Unido	60
23. Formación	Time Manager, Dinamarca	150
24. Selección de personal	Egon Zehnder, Suiza	1
25. Mudanzas internacionales	Lease Plan (HOC)	10

4. Necesidad de más información sobre los servicios a las empresas

Una de las constataciones realizadas en la División Mercado de Servicios, de la Comisión Europea, desde su creación en el año 1986 hasta la actualidad, es la gran falta de información disponible sobre los mercados de servicios, en general, y sobre los servicios a las empresas en particular.

La División Mercado de Servicios ha desarrollado desde su creación toda una serie de actividades para tratar de colaborar en la mejora de este estado de cosas.

Tales actividades se han centrado en:

1. Participación en los comités de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), dedicadas a los servicios y dirección de un grupo de utilizadores de estadísticas de servicios dentro de la Comisión Europea.
2. Diseño de una red de centros de información y documentación sobre los servicios.
3. Encargo de estudios sectoriales.
4. Realización de *hearings* o audiciones con las organizaciones representativas de distintos sectores de servicios a las empresas.

En lo que se refiere a EUROSTAT, se pretende seguir un doble enfoque:

1. Enfoque global (definición de un cuadro conceptual global relativo a los servicios).
2. Enfoque sectorial.

El enfoque global apunta a la conclusión de un cuadro global del sector terciario y a la elaboración de una base de datos (llamada Mercure).

Los proyectos sectoriales afectan a:

- Comercio
- Turismo, hoteles, restaurantes, cafeterías
- Transporte
- Servicios financieros
- Comunicación, servicios informáticos
- Servicios a las empresas

Los trabajos de EUROSTAT sobre servicios se enmarcan dentro del Programa General de actividades de la oficina estadística correspondiente al período 1989-1992.

También se ha diseñado una red de centros de información y documentación sobre los servicios (llamada REDIS), con la intención de poder disponer de información no estadística, de manera rápida, integrada (se trata de una «red») y eficaz. Por el momento, REDIS no es más que un proyecto, y no existe un calendario preciso para la realización de tal proyecto.

En cuanto se refiere a estudios sectoriales, la División Mercado de Servicios ha encargado (y recibido ya, en su gran mayoría) los que figuran en el Cuadro 19.

Cuadro 19

Estudios sectoriales recibidos por la División Mercado de Servicios de la Comisión Europea, sobre servicios a las empresas

Sector	Origen
Telecomunicaciones	Comisión Europea
Software	Comisión Europea
Servicios de información	Comisión Europea
Hoteles, restaurantes, cafetería	Peat Marwick
Correo aéreo	Peat Marwick
Leasing	Peat Marwick
Servicios jurídicos	Peat Marwick
Contabilidad y auditoría	Peat Marwick
Arquitectura	Peat Marwick
Ingeniería	Peat Marwick
Consultoría	Peat Marwick
Marketing	Peat Marwick
Audiovisual	Peat Marwick
Servicios informáticos	Peat Marwick
Bases de datos	Peat Marwick
Transporte	Peat Marwick
Investigación y desarrollo	Peat Marwick
Trabajo temporal	ESIF
Limpieza industrial	ESIF
Servicios lingüísticos	ESIF
Servicios de seguridad	ESIF
Control de calidad	ESIF
Seguros	Comisión Europea
Banca	Comisión Europea
Valores	Comisión Europea

Fuente: División Mercado de Servicios, Comisión de las Comunidades Europeas.

Por último, la División Mercado de Servicios ha procurado mantener un contacto continuo y sistemático con las diferentes organizaciones de servicios a las empresas, dentro de su ámbito de competencia. A tal efecto, ha organizado y sigue organizando *hearings* o audiciones con tales organizaciones (véanse en el Cuadro 20 las llevadas a cabo hasta el momento actual).

Cuadro 20

Hearings realizados por la División Mercado de Servicios de la Comisión Europea con sectores de servicios a las empresas

Sector	Organización
Ingeniería	CEBI/CEDIC (Comité Européen des Bureaux Européen des Ingénieurs Conseils du Marché Commun)
Consultoría	FEACO (Fédération Européenne de Conseil en Organisation)
Arquitectura	CLAEU (Comité de Liaison des Architectes)
Servicios jurídicos	CCBE (Commission Consultative des Barreaux de la Communauté Européenne)
Publicidad	EAAA (European Association of Advertising Agencies)
Relaciones públicas	CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques)
Venta directa	EDMA (European Direct Marketing Association)
Estudios de mercado	ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research)
Notarios	Union Internationale du Notariat Latin
Correo aéreo	En constitución
Administraciones de bienes	De carácter nacional
Trabajo temporal	En constitución
<i>Lobbying</i>	En constitución
Limpieza	En constitución (creada el 3 de octubre de 1988)
Economistas de la construcción	CEEC (Comité Européen des Economistes de la construction)
Seguridad	LISS (Ligue Internationale des Sociétés de Surveillance)
Control de calidad	CEOC (Confédération Européenne d'Organismes de Control)

5. Conclusiones

Los servicios a las empresas están experimentando un fuerte crecimiento en todos los países de la Comunidad Europea. Desempeñan un papel estratégico en sus economías, por cuanto son factores clave de competitividad del conjunto del sistema productivo, particularmente de las empresas industriales. Se trata, generalmente, de servicios intensivos en *know-how* y nuevas tecnologías. Los costes de tales servicios, dentro del valor añadido de un producto, están experimentando una progresión importante, con independencia de que se generen dentro (internalizados) o fuera (externalizados) de la empresa. Están conociendo asimismo una fuerte tendencia a la internacionalización.

A través de la creación de una nueva unidad administrativa –la División Mercado de Servicios–, la Comisión Europea quiere prestar una mayor atención a los servicios a las empresas. Una de las mayores dificultades con que, hasta el momento presente, ha tenido que enfrentarse la División Mercado de Servicios, es la insuficiente información existente sobre los servicios a las empresas. Para tratar de paliar esta situación, se han iniciado nuevas acciones en materia estadística, información no estadística, estudios sectoriales y audiciones (*hearings*) con organizaciones representativas de los diferentes sectores de servicios a las empresas.

A una etapa de más y mejor recogida de información, podrá seguir otra de definición de políticas de acompañamiento, principalmente orientadas a la terminación del mercado interior dentro de la Comunidad Europea (horizonte 1993), al fomento de la competitividad internacional de las empresas de servicios y a la fijación de estrategias negociadoras dentro del Grupo de Negociación sobre los Servicios en la Ronda Uruguay del GATT.

Referencias

Libros:

Green, M., «The development of market services in the European Community, The United States and Japan», *European Economy*, nº 25, Bruselas, septiembre de 1985.

Colaboraciones en libros colectivos:

Varios autores, «Le dynamisme des services aux entreprises», *Revue d'Economie Industrielle*, nº 43, París, 1er trimestre de 1988.

Publicaciones periódicas:

OCDE, «L'investissement immatériel, essais de comparaison internationale», DSTI/ IN / 87.24, mayo de 1987.