

LUIS RUBALCABA BERMEJO
HENK KOX
(Directores)

**LOS SERVICIOS A EMPRESAS
EN EL CRECIMIENTO
ECONÓMICO EUROPEO**

FUNDACIÓN RAFAEL DEL PINO

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES

2009

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
PRESENTACIÓN, <i>William J. BAUMOL</i>	21
INTRODUCCIÓN, <i>Henk KOX</i> y <i>Luis RUBALCABA</i>	23
Los servicios a empresas: un concepto reciente	24
Un breve resumen del libro.....	27
Principales lecciones aprendidas	30
<i>Anexo: Los servicios a empresas en las estadísticas económicas</i>	36

PRIMERA PARTE

SERVICIOS A EMPRESAS Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

1. EL CRECIMIENTO DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN EUROPA, <i>Luis RUBALCABA</i> y <i>Henk KOX</i>	41
Introducción	41
1. La magnitud del crecimiento de los servicios a empresas	41
2. Causas del crecimiento estructural del sector de servicios a empresas.....	45
3. Ciclo y tendencia en el crecimiento de los servicios a empresas...	55
A) ¿Cómo de inestable es el crecimiento del sector de los servicios a empresas?	55
B) Estimación de la tendencia y componentes cíclicos en el crecimiento de los servicios a empresas	57
4. Empleo y perfiles de los puestos de trabajo en los servicios a empresas.....	61
5. Conclusiones	66

	Pág.
<i>Anexo: Análisis de la descomposición del crecimiento estructural del sector de servicios a empresas</i>	68
2. LOS SERVICIOS A EMPRESAS Y SUS USUARIOS: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA, <i>Ian MILES</i>	71
Introducción.....	71
1. Variedad y auge de los servicios a empresas.....	72
2. Externalización y subcontratación	73
3. Geografía y dimensiones espaciales de los SEM.....	76
4. Relaciones de los SEM: Estudios de gestión y otros	82
5. Conocimiento e innovación.....	89
6. El rol de los clientes de SEM.....	95
Conclusiones.....	98
3. PRODUCTIVIDAD EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS, <i>Dirk PILAT</i>	101
Introducción.....	101
1. El nivel de la productividad laboral en los servicios a empresas.....	102
2. Crecimiento de la productividad en el sector de servicios a empresas.....	106
3. Factores que afectan al rendimiento de la productividad.....	112
Conclusiones.....	113
4. LA CONTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS AL CRECIMIENTO ECONÓMICO EUROPEO, <i>Henk KOX y Luis RUBALCABA</i>	115
Introducción.....	115
1. Una división social del trabajo cada vez más compleja.....	116
2. La contribución directa de los servicios a empresas al crecimiento.....	120
3. La contribución indirecta de los servicios a empresas al crecimiento.....	126
4. ¿Es inminente la «enfermedad de Baumol»?.....	131
5. Evaluación de la contribución de los servicios a empresas al crecimiento económico	133
Conclusiones.....	137

SEGUNDA PARTE
**EXTERNALIDADES DE CRECIMIENTO E INNOVACIÓN
 DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS**

5. EL IMPACTO DEL USO DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS SOBRE LAS INDUSTRIAS CLIENTE: CONCLUSIONES OBTENIDAS DE DATOS <i>INPUT-OUTPUT</i> , <i>Paul BAKER</i>	141
Introducción	141
1. Problemas relativos a los datos y fuentes	142
2. Composición del sector e intensidad de la demanda de <i>inputs</i> intermedios de SEM	144
3. Tipología de utilización de los SEM basada en el análisis estadístico <i>cluster</i>	150
4. Análisis de rendimiento de grupos de <i>clusters</i>	153
5. Análisis econométrico del impacto de los SEM en el rendimiento económico	155
Conclusiones	159
6. SERVICIOS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN LAS INDUSTRIAS EUROPEAS, <i>Francesco CRESPI</i>	163
Introducción	163
1. Sobre los orígenes del aumento de la productividad	165
2. El impacto de los servicios de TI sobre la productividad	168
3. Descripción del modelo	170
4. Metodología y fuentes de datos	171
5. Análisis de los resultados	173
Conclusiones	177
7. INTEGRACIÓN CON LA INDUSTRIA Y ACTIVIDAD DIFUSORA EN LOS SERVICIOS INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO, <i>José A. CAMACHO</i> y <i>Mercedes RODRÍGUEZ</i>	179
Introducción	179
1. Servicios intensivos en conocimiento ¿más que <i>inputs</i> intermedios?	180
2. Servicios intensivos en conocimiento, producción y productividad: una perspectiva de función de producción	182
3. ¿Contribuyen los servicios intensivos en conocimiento a la innovación?	190
Conclusiones	195
8. INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS: DE LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA A LOS CAMBIOS MÚLTIPLES, COMPLEMENTARIOS Y SIMULTÁNEOS, <i>Jeremy HOWELLS</i> , <i>Bruce S. TETHER</i> y <i>Elvira UYARRA</i>	197

	Pág.
Introducción.....	197
1. La visión tecnológica limitada de la innovación.....	198
2. Metodología y estudio.....	200
3. Un enfoque más holístico: Innovación como cambios múltiples, complementarios y simultáneos.....	202
4. Contextualización del proceso de innovación.....	207
A) Introducción.....	207
B) Individualización.....	207
C) Estrategia competitiva.....	208
D) Crecimiento.....	213
E) Análisis multivariado.....	213
Conclusiones.....	218
9. EL IMPACTO DE LOS ACUERDOS CONTRACTUALES EN LA INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO, <i>Aija LEIPONEN</i>	221
Introducción.....	221
1. Marco teórico e hipótesis de estudio.....	224
2. Datos del estudio sobre empresas finlandesas proveedoras de servicios a empresas.....	228
3. Resultados de los análisis empíricos.....	232
Conclusiones.....	236
10. INNOVACIÓN ORGANIZATIVA, TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y <i>OUTSOURCING</i> DE SERVICIOS A EMPRESAS, <i>Werner HÖLZL, Andreas REINSTALLER y Paul WINDRUM</i>	239
Introducción.....	239
1. Innovación organizativa.....	241
2. Ventajas potenciales y costes potenciales del <i>outsourcing</i>	245
3. Modelos de innovación organizativa, estrategias de <i>outsourcing</i> e impacto de las TIC.....	249
Conclusiones e indicaciones para investigaciones futuras.....	257

TERCERA PARTE

CARACTERÍSTICAS DE MERCADO EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS

11. ESTRUCTURA DE MERCADO, PRODUCTIVIDAD Y ESCALA EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS EUROPEOS, <i>Henk KOX, George VAN LEEUWEN y Henry VAN DER WIEL</i>	261
Prólogo.....	261
Introducción.....	262
1. Hechos estilizados.....	263

	Pág.
2. Modelos explicativos.....	265
3. Datos	273
4. Resultados empíricos	274
5. Conclusiones y algunas implicaciones políticas	279
12. GLOBALIZACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL EN LOS SERVICIOS A EMPRESAS, <i>Luis RUBALCABA y Desirée VAN WELSUM</i>	283
Introducción.....	283
1. La contribución de los servicios a empresas a la globalización	287
2. Principales actores del comercio de servicios a empresas y del reciente crecimiento en Europa.....	290
3. <i>Offshoring</i> y globalización de los servicios a empresas.....	291
A) Comercio de servicios.....	291
B) IED global.....	294
C) Empleo y posible impacto del <i>offshoring</i>	296
Conclusiones e implicaciones políticas	301
13. EL MERCADO INTERNO EUROPEO DE SERVICIOS A EMPRESAS: INEXISTENCIA ACTUAL DE FRONTERAS ABIERTAS, <i>Henk KOX y Arjan LEJOUR</i>	305
Introducción.....	305
1. El mercado interno europeo de los servicios a empresas: datos relevantes.....	306
2. Obstáculos normativos nacionales al mercado interno	309
3. Cuantificación del papel de la heterogeneidad de las políticas como barrera comercial de costes fijos	313
4. Impacto normativo sobre la inversión directa bilateral	320
5. Implicaciones de políticas: simulación de los impactos de la Directiva de Servicios de la UE	323
Conclusiones.....	328
14. UNA APROXIMACIÓN A LA SEGMENTACIÓN PARA ENTENDER LOS SERVICIOS PROFESIONALES Y A EMPRESAS EN REGIONES URBANAS: AMPLIACIÓN DEL HORIZONTE MÁS ALLÁ DE LAS CIUDADES GLOBALES, <i>John R. BRYSON y Peter W. DANIELS</i>	331
Introducción.....	331
1. Servicios profesionales y a empresas más allá de las ciudades globales	333
2. Una aproximación a la segmentación de los servicios profesionales y a empresas.....	339

	<u>Pág.</u>
A) Segmentación por mercados	340
B) Segmentación por motivaciones y modelos de negocio	342
Conclusiones.....	344
15. IMPLICACIONES DE POLÍTICAS, <i>Henk KOX</i> y <i>Luis RUBALCABA</i>	347
Introducción.....	347
1. Posibles fallos de mercado en el sector de servicios a empresas.	348
2. Alcance de las políticas europeas en los mercados de servicios a empresas	356
BIBLIOGRAFÍA	363
NOTAS SOBRE LOS AUTORES	387

PRESENTACIÓN

Este libro es una contribución fundamental para comprender el proceso de crecimiento actual. Bien escrito y basado en meticulosas investigaciones y en razonamientos bien justificados, debería considerarse lectura obligatoria para todo aquel que pretenda entender las complejidades del proceso de crecimiento. Dado el importante papel desempeñado por el sector de servicios a empresas, es éste un asunto que no se ha examinado de forma adecuada, lo cual brinda a los autores de los ensayos que conforman el libro la oportunidad de contribuir de forma sustancial a la literatura.

La magnitud de la influencia del sector de servicios a empresas es, por lo general, imposible de apreciar. Déjenme citar algunas de las observaciones principales del libro: los servicios a empresas constituyen uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía; «... durante el periodo comprendido entre 1979 y 2001, el sector representaba el 54 por 100 del crecimiento total del empleo en la UE, y el 18 por 100 del crecimiento de la renta (valor añadido)», «... más de 19 millones de trabajadores en los servicios a empresas generan más de 1 billón de euros y [...] suponen el 11 por 100 del total de la economía de la UE-15. Entre 1979 y 2003, el crecimiento del valor añadido en los servicios a empresas (4,2 por 100) fue superior al de todos los demás grandes sectores excepto las telecomunicaciones. En términos de empleo, el crecimiento de los servicios a empresas (4,4 por 100) superó con creces el crecimiento del resto de actividades» (introducción y capítulo 1).

Este sector todavía registra un crecimiento de la productividad relativamente lento, pues está formado en gran medida por servicios procedentes de lo que yo mismo he denominado en alguna ocasión «el sector (de productividad) estancado» de la economía. Se trata de elementos con un

componente significativo de trabajo manual, incluidas la I+D, creación de *software*, consultoría y contabilidad, y cuyo componente de mano de obra no puede reducirse con facilidad.

La parte sorprendente del tema es la evidencia de que el crecimiento de este sector relativamente estancado tiende a acelerar el crecimiento de la productividad de la economía en su conjunto, y lo hace a un nivel significativo. Éste es el motivo por el que el sector es tan importante para quienes prefieren estudiar el rendimiento de toda la economía mejor que cualquiera de sus relativamente limitados componentes por sí solos. La explicación, bastante sencilla si miramos hacia atrás, resulta de un malentendido previo del autor de este prefacio, que fue posteriormente corregido por Nicholas OULTON y otros. Si se simplifica el argumento excesivamente, consideraremos un sector cuya productividad crece a buen ritmo, y que utiliza dos *inputs*, mano de obra y servicios a empresas, e incrementa de forma regular la productividad de cada uno de ellos a un 3 por 100 anual, por ejemplo. Si, al mismo tiempo, los proveedores de servicios a empresas incrementan la productividad de su *input* de mano de obra en una tasa anual del 1 por 100, la transferencia de mano de obra desde el primer sector al segundo reducirá la cantidad de mano de obra que experimenta un 3 por 100 de crecimiento de la productividad, pero se añade a la mano de obra primero sujeta a un 1 por 100 de crecimiento de la productividad, *a la que se añadirá posteriormente el 3 por 100 del crecimiento experimentado por su transformación en forma de servicio a empresas utilizado.*

Es esta sencilla explicación sobre la paradoja del crecimiento lento-crecimiento rápido en la utilización de los servicios a empresas la que avanza más en la explicación de su papel fundamental en el rendimiento de la macroeconomía. Pero este libro no se limita a la teoría, sino que va más allá y analiza la realidad asociada, lo cual arroja la luz necesaria en un asunto tan importante, muchos de cuyos aspectos habían estado ocultos hasta el momento.

William J. BAUMOL

Berkley Center for Entrepreneurial Studies, New York University

INTRODUCCIÓN

Henk KOX
Luis RUBALCABA

La economía europea se encuentra en un proceso de cambio estructural. Las últimas dos décadas se han caracterizado por dos tendencias principales: la disminución de la participación de las manufacturas en la economía general y el crecimiento paulatino de la participación de los servicios en la economía europea, en especial los servicios a empresas. Ambos cambios estructurales se relacionan entre sí de varias maneras. La estructura de las relaciones inter-industriales se organiza de una nueva forma debido a la creciente especialización en servicios intensivos en conocimiento, el aprovechamiento de las economías de escala para el capital humano, el menor coste del *outsourcing* de servicios internos y el aumento de la terciarización de todos los procesos de producción, inclusive el de la industria manufacturera. El sector de los servicios a empresas juega un papel primordial en muchos de estos procesos. Muchos de los vínculos existentes entre el desarrollo del sector de los servicios a empresas y su papel en el crecimiento económico continúan sin ser analizados lo suficiente en la bibliografía existente. Con este libro se pretende completar algunas de esas lagunas.

El presente libro ofrece una perspectiva sobre la economía del sector de los servicios a empresas y sobre su contribución al crecimiento económico general en Europa. Así, se presenta un amplio conjunto de contribuciones originales y coherentes que cubren tres aspectos de la posición de los servicios a empresas en la economía europea:

- El rápido crecimiento de la propia industria europea de servicios a empresas.

- La contribución de los servicios a empresas a la competitividad y al crecimiento de otros sectores de la economía europea.
- Las características y la dinámica de mercado de los mercados de servicios a empresas en el ámbito local, europeo e internacional.

En este libro se defiende la idea de que los servicios a empresas han contribuido enormemente al crecimiento económico europeo en lo que respecta al empleo, la productividad y la innovación.

El concepto global *servicios a empresas* cubre una amplia gama de servicios generalmente comercializados en transacciones inter-empresariales. Estos servicios intermedios abarcan desde desarrollo de *software* a agencias de trabajo temporal, desde alquiler de equipos a consultoría económica, desde servicios de traducción a servicios de contabilidad. Los servicios a empresas forman uno de los grupos de actividades más dinámicos que en las últimas dos décadas han representado casi la mitad del crecimiento del empleo en Europa. Como consecuencia, este sector es por el momento más importante en términos de empleo que la industria manufacturera total en muchos países de la UE.

Los servicios a empresas están íntimamente relacionados con la producción de todos los sectores económicos como proveedores de *inputs* intermedios, que a menudo son intensivos en conocimiento. El sector de los servicios a empresas añade valor y proporciona importantes *inputs* a distintos productos y procesos económicos. Recientemente se han reforzado los lazos económicos entre bienes y servicios, entre tangibles e intangibles, entre industrias de bienes e industrias de servicios, entre mercados de bienes y mercados de servicios. Mientras que la mayoría de compañías dedicadas a los servicios a empresas todavía están orientadas a los mercados nacionales, otras secciones de este sector se están globalizando a pasos agigantados a través del mercado internacional y actividades de inversión directa. Algunos segmentos del sector de los servicios a empresas se encuentran incluso en el centro de las nuevas tendencias de *offshoring* de servicios. Los servicios a empresas son tanto actores activos como catalizadores activos del cambio global, pues modifican la fisonomía y los límites de los mercados en los que operan. Junto a los servicios de transporte y el turismo, los servicios a empresas constituyen el componente principal del mercado de servicios dentro de Europa.

LOS SERVICIOS A EMPRESAS: UN CONCEPTO RECIENTE

El interés por el sector de los servicios a empresas es relativamente reciente dentro de la teoría económica. Este aumento de interés se debe en gran medida al cambio estructural sufrido por la economía. Algunos

economistas clásicos como SMITH y RICARDO consideraban los servicios como una actividad no productiva más relacionada con la distribución y el consumo de riquezas que con la producción de las mismas, a excepción del sector del transporte. La asociación implícita de la producción con la producción de bienes materiales desapareció con la aparición de la teoría económica neoclásica a partir de principios de la década de 1870. Sin embargo, el interés teórico por la contribución del sector servicios al crecimiento fue poco entusiasta en el siglo siguiente. Existe una brecha entre reconocer teóricamente que el valor puede crearse a través de la producción tanto material como inmaterial, y la investigación empírica, en la que el énfasis se pone en la producción material.

Las actividades de servicios fueron al principio parte de actividades de producción integradas de forma más vertical. La agricultura y las manufacturas ya incluían funciones de servicios como planificación, gestión, administración, evaluación de la cantidad y calidad de productos e *inputs*, mejora del producto, selección de personal, formación y educación, marketing, transporte, almacenaje y distribución. Las profesiones relacionadas con los servicios fueron formando parte de estas funciones empresariales de forma gradual, y se fueron ejecutando como actividades especializadas y comercialmente independientes. Todo ello vino acompañado de innovaciones de procesos y productos que desarrollaron aún más estas funciones de servicios, aunque tuvo que pasar algún tiempo antes de que esta especialización fuera reconocida como una nueva fase de la división social del trabajo. Colín CLARK apuntó en 1938 que al menos el 50 por 100 de las poblaciones británica y estadounidense trabajaba en profesiones distintas de la minería, la agricultura, las manufacturas y la artesanía, y acuñó la expresión «producción terciaria» para referirse a esta categoría que dejaba de ser insignificante, aunque todavía era tratada como un residuo heterogéneo de la producción de bienes¹.

En la década de los sesenta, el economista estadounidense BAUMOL señaló que el crecimiento del sector servicios podía actuar como una carga para el sistema macroeconómico debido a su limitado potencial para el aumento de la productividad (BAUMOL, 1967). Los debates posteriores concluyeron que era necesaria al menos una distinción analítica entre los servicios gubernamentales, los servicios orientados al consumidor y los servicios orientados al productor. El interés teórico en los servicios a la producción como sector económico específico se remonta por tanto a la década de los setenta².

¹ CLARK (1938). Más tarde, CLARK abandonó el adjetivo «terciario» para referirse al sector «servicios». Cfr. FISHER (1939) y MADDISON (2004).

² BROWNING y SINGELMANN (1978) presentaron una útil desagregación de los servicios terciarios, entre los que distinguieron cuatro categorías: servicios de distribución (comercio, transporte y

Los servicios a empresas, un subgrupo de los servicios a la producción, no recibieron ninguna apreciación teórica ni empírica real hasta una década después. El interés surgió a raíz de las altas tasas de crecimiento de la industria y la complejidad de su relación con las tendencias de *outsourcing*, innovación y producción en otros sectores de la economía. Además, el alto índice del *input* capital humano en los servicios a empresas hizo de la industria un caso interesante desde la perspectiva de la moderna teoría del crecimiento y la economía del cambio técnico. El alejamiento general de las actividades económicas de los sectores primario y secundario y el acercamiento al sector terciario se ha centrado recientemente de forma específica en los servicios basados en el conocimiento.

Desde la época de Adam SMITH en adelante, los servicios se definieron por lo que *no* son: no son bienes, no son materiales, no son agricultura, no son manufacturas. En un artículo seminal (1977), HILL acabó con el enfoque negativo de los servicios. En *On goods and services* (Sobre bienes y servicios) puso de relieve que existe una diferencia entre los bienes y los servicios. Los bienes son objetos físicos susceptibles de apropiación y, por tanto, transferibles entre unidades económicas. Sin embargo, un servicio suministrado por una unidad económica representa «un cambio en la condición de» una persona o bien perteneciente a otra unidad económica. El servicio se define como un resultado positivo³.

Los servicios a empresas se suministran por lo general a empresas, otras organizaciones de producción y organismos públicos. Por consiguiente, desde el punto de vista de su destino, los servicios a empresas son principalmente *inputs* intermedios, aun cuando algunos servicios a empresas, como los servicios de notaría y arquitectura, proporcionan parte de su producción a consumidores individuales. A menudo, los servicios a empresas están coproducidos de forma interactiva con el cliente. Si tomamos como base la definición de servicios planteada por HILL, definiremos los servicios a empresas por su papel para los clientes:

Los servicios a empresas constituyen un conjunto de actividades de servicios que, mediante su uso como *inputs* intermedios, afectan a la calidad y a la eficacia de las actividades de producción complementando o sustituyendo las funciones de servicios internas.

La anterior definición implica que las empresas dedicadas a los servicios a empresas suministran actividades que en muchos casos también podrían haber sido producidas por el cliente dentro de su empresa. Los

comunicaciones), servicios a la producción (banca, seguros, servicios a empresas), servicios sociales (gobierno, salud, educación, organizaciones no lucrativas) y servicios personales.

³ Para definiciones positivas de los servicios, véanse también MARTINI (1990), RUBALCABA (1999) y GADREY y GALLOUJ (1998).

elementos de los servicios son dominantes en todo proceso productivo, por lo que los servicios funcionales se encuentran en el centro de *cualquier* proceso de producción. Dichos servicios funcionales pueden ser suministrados por empleados de la propia empresa, o bien contratados a proveedores externos, en cuyo caso se habla de servicios a empresas como sector independiente. Al final de esta introducción, se presenta una taxonomía operativa de los servicios operativos basada en la definición a la que se ha hecho referencia anteriormente.

Por razones de espacio y para evitar la continua repetición, utilizaremos la abreviatura «SEM» para hacer referencia a los servicios a empresas en el resto de este capítulo introductorio.

UN BREVE RESUMEN DEL LIBRO

Este libro se organiza en tres secciones. La primera parte constituye la sección general, donde se tratan los principales asuntos relacionados con la contribución de los SEM al crecimiento económico europeo. Existen elementos vitales para la contribución a este crecimiento, como la expansión del propio sector de los SEM, el rendimiento de su productividad y los efectos de las externalidades del crecimiento que generan sobre otros sectores de la economía europea. La segunda parte se centra de forma más específica sobre los efectos de las externalidades dinámicas que surgen del sector de los SEM para la productividad y la innovación en otros sectores económicos. Finalmente, el rendimiento y los efectos de las externalidades del sector de los SEM dependen en gran medida del eficaz funcionamiento de los mercados en los servicios a empresas. Esto constituye el tema central de la tercera parte, que se centra en las características y en la dinámica de los mercados de los SEM en el ámbito europeo, internacional y regional.

En la primera parte del libro se analizan las causas del fuerte crecimiento de los SEM y su efecto sobre la economía de Europa. En el primer capítulo, los editores presentan la evidencia relacionada con las causas del crecimiento del sector de los servicios a empresas, y establecen qué parte del crecimiento de la renta y del empleo en la UE puede atribuirse al crecimiento del propio sector de los SEM. La conclusión del capítulo es que el crecimiento de los SEM se debe sólo en parte al hecho de que otros sectores simplemente subcontraten servicios existentes dentro de la propia empresa al sector de los SEM. Es más, la evidencia indica que el espectacular crecimiento en la especialización de los servicios, las innovaciones de los productos y las nuevas tecnologías, como las TIC, juegan un papel realmente importante.

En el capítulo 2, Ian MILES revisa la bibliografía existente en relación con el papel de los SEM para el rendimiento de sus empresas cliente, además de destacar la función de los distintos tipos de SEM, especialmente los servicios a empresas intensivos en conocimiento (*Knowledge-Intensive Business Services* o KIBS).

Una visión típica es que el crecimiento del empleo en los SEM se relaciona con un rendimiento de productividad del sector relativamente débil. Este punto es tratado en el capítulo 3 por Dirk PILAT, quien analiza además el desarrollo de la productividad de los SEM, muestra las diferencias por países y subsectores y debate el posible rol de los problemas de medición.

El capítulo 4, redactado por RUBALCABA y KOX, analiza el impacto del sector de los SEM sobre el crecimiento global de la economía europea. El rendimiento de la productividad del sector de los SEM es relativamente débil, pero, al mismo tiempo, dicho sector está viendo aumentada su participación en la economía europea. Este hecho plantea la cuestión de si este desarrollo no constituye el germen de las tendencias del estancamiento, la llamada «enfermedad de Baumol». En este capítulo se debate que, en cuanto que las externalidades (*spillovers*) positivas de los SEM en el crecimiento de la innovación y la productividad en otros sectores sean lo suficientemente amplias, no habrá motivo para esperar dichas tendencias de estancamiento en términos generales.

La segunda parte del libro se centra en el análisis de distintos aspectos de las externalidades de crecimiento generadas por el sector de los SEM. El énfasis se pone en las externalidades dinámicas en forma de difusión del conocimiento, innovación e impactos del crecimiento de la productividad.

En tres capítulos relacionados se aplica un análisis *input-output* para investigar la existencia y magnitud de diferentes aspectos de las externalidades de crecimiento intersectoriales que provienen del uso de SEM. En el capítulo 5, Paul BAKER identifica los sectores que hacen mayor uso y con mayor intensidad de los SEM. El rendimiento de la productividad de usuarios intensivos de *inputs* de SEM fue mayor que el de los usuarios «intermedios» y que el del propio sector de los SEM. BAKER calcula las cifras en términos de producción y productividad que los sectores obtienen del uso de *inputs* de SEM.

El sector de los SEM incluye los sectores del *software* y los servicios informáticos, los cuales han tenido un profundo impacto en la naturaleza de la producción y la distribución en muchos aspectos. En el capítulo 6, Francesco CRESPI analiza la hipótesis de que un mayor uso de los servicios informáticos y otros servicios relacionados por parte de un sector tie-

ne un efecto positivo sobre el rendimiento de la productividad del sector en cuestión. Concluye que la difusión de los servicios de TI ha jugado un papel importante y positivo en la determinación de la productividad en las industrias europeas entre 1995 y 2000. En el capítulo 7, José CAMACHO y Mercedes RODRÍGUEZ calculan para un número determinado de países de la UE cómo el uso de *inputs* derivados de servicios intensivos en conocimiento afecta a la producción y a la productividad de las industrias cliente. También encuentran evidencia para externalidades del conocimiento relacionadas con el uso de servicios intensivos en conocimiento.

HOWELLS, TETHER y UYARRA recurren en el capítulo 8 a una encuesta de empresa para analizar los patrones y motores de la innovación en cuatro sectores de servicios intensivos en conocimiento, a la vez que exploran los aspectos conductuales de la innovación de los SEM. La innovación por las empresas de servicios suele implicar cambios complementarios en varias dimensiones, como la estructura organizativa, la tecnología y las capacidades.

Aija LEIPONEN evalúa de forma empírica en el capítulo 9 cómo los incentivos en los contratos entre proveedores de SEM intensivos en conocimiento y sus clientes pueden afectar a los resultados de la innovación. Mediante el uso de datos correspondientes a Finlandia, la autora muestra qué tipos de acuerdos contractuales (incentivos materiales frente a no materiales, normas para la fijación de precios, derechos de propiedad sobre innovaciones) son los que más inducen a la creación de externalidades del conocimiento para las empresas cliente.

Mediante un nuevo modelo, HÖLZL, REINSTALLER y WINDRUM (capítulo 10) muestran los límites de la estrategia del «*outsourcing* para la disminución de costes». Tras debatir distintos motivos para la *outsourcing*, se tratan los costes potenciales y los beneficios de subcontratar servicios internos a empresas de SEM. Las ventajas económicas a corto plazo podrían tener a largo plazo un impacto negativo sobre la capacidad de innovación potencial y sobre la competitividad de las empresas.

En la tercera parte del libro se analizan las características de mercado en el sector de los SEM desde una perspectiva económica y espacial. Los servicios a empresas constituyen principalmente un sector a pequeña escala, aunque también existen compañías que actúan en el ámbito internacional. ¿Competen realmente unas con otras, o son grandes y pequeñas empresas que operan en sub-mercados segmentados? ¿Cuál es el papel de la regulación gubernamental?

En el capítulo 11, KOX, VAN LEEUWEN y VAN DER WIEL, tomando como base información relativa a 11 países de la UE, llegan a la conclusión de que el tamaño de las empresas y la regulación de la entrada en el mercado

por parte de los gobiernos afectan a la productividad laboral en este sector. También concluyen que la segmentación del mercado entre pequeñas y grandes empresas tiene un impacto negativo sobre el rendimiento de la productividad en el sector de los SEM.

El sector de los SEM parece haber sido un importante facilitador de las tendencias globalizadoras. RUBALCABA y VAN WELSUM analizan en el capítulo 12 el papel de la globalización y en particular del *outsourcing* internacional en el sector de los SEM. Ambos autores calculan los máximos efectos que el *outsourcing* de los SEM podría tener sobre el empleo. El empleo posiblemente afectado por el crecimiento del *outsourcing* es muy considerable.

Mientras que la libertad de suministrar servicios transfronterizos es una de las cuatro «libertades» del tratado de la UE, los resultados económicos a los que llegan KOX y LEJOUR en el capítulo 13 demuestran que las fronteras nacionales siguen siendo obstáculos para las exportaciones dentro de la UE de servicios comerciales (a empresas), lo cual se debe en gran medida a las diferencias existentes en las normativas nacionales.

BRYSON y DANIELS (capítulo 14) revisan la bibliografía sobre el papel de la segmentación geográfica y la jerarquía en los mercados para los servicios a empresas y servicios profesionales. Incluyen además un estudio de caso, en el que se basan para afirmar que existe una dicotomía entre una gran cantidad de empresas de SEM que, por lo general, son contratadas en el ámbito local y un pequeño grupo de empresas que operan más allá del mercado regional.

Finalmente, el capítulo 15, desarrollado por los dos editores de este volumen, trata sobre las numerosas implicaciones políticas posibles, tanto en el ámbito nacional como de la UE, desde las conclusiones sobre la estructura del mercado.

PRINCIPALES LECCIONES APRENDIDAS

Es posible proporcionar indicaciones para futuras investigaciones y sugerencias para los responsables de la formulación de políticas⁴.

1. *Fuerte crecimiento del sector de los servicios a empresas.* Gracias a su importante crecimiento, el sector de los SEM ha contribuido en gran medida al crecimiento económico en las últimas décadas. El dina-

⁴ Estas lecciones son aplicables a todo el conjunto de SEM, además de a la mayoría de sus ramas. Sin embargo, los SEM son muy heterogéneos y algunas conclusiones podrían aplicarse más a ciertos SEM que a otros, lo cual es especialmente notable si se consideran las diferencias entre SEM intensivos en conocimiento y SEM operativos.

mismo del sector de los SEM ha sido tal que, durante el periodo 1979-2001, representó el 54 por 100 del total de crecimiento del empleo en la UE y el 18 por 100 del crecimiento de la renta (valor añadido).

2. *El crecimiento de la productividad en el propio sector de los SEM es lento...* Aunque los problemas de medición podrían tener algo que ver, el registro del crecimiento de la productividad del sector de los SEM es débil. Algunos países y sectores de SEM constituyen contribuciones negativas al crecimiento de la productividad. La diferenciación en el crecimiento de la productividad entre países y subsectores apunta a que aún no se han agotado todas las posibilidades de mejora de la productividad en el sector de los SEM.

3. *...pero todavía predomina la contribución indirecta del sector de los SEM al crecimiento económico.* En varios capítulos del presente libro se demuestra que el *input* de los servicios a empresas en otras industrias da lugar a impactos positivos posibles de medir sobre la eficiencia, innovación y productividad de las empresas. Los *inputs* de servicios informáticos presentan una producción que ha sufrido un cambio más o menos radical. Otros elementos del sector de los SEM han jugado un papel menos espectacular, aunque importante, para la eficiencia y la innovación. Mediante la creación y la difusión del conocimiento, las empresas de KIBS son los motores y facilitadores de la innovación en muchos países⁵. Una mayor disponibilidad de los servicios a empresas ha hecho desaparecer muchas indivisibilidades de escala para el capital humano y para los activos del conocimiento, lo cual mejora la posición de las pequeñas y medianas empresas y, por consiguiente, la flexibilidad estructural de la economía. Estas contribuciones indirectas al crecimiento de la productividad agregada y al crecimiento económico agregado podrían compensar el débil rendimiento de la productividad del propio sector de los SEM. El reto para el futuro es si la contribución indirecta al crecimiento por parte del sector de los SEM continuará siendo lo suficientemente fuerte para el futuro crecimiento de la productividad.

4. *El crecimiento del sector de los SEM sólo se debe en parte al outsourcing de servicios existentes dentro de la propia empresa.* El crecimiento del sector de los SEM no es una ilusión óptica causada por el *outsourcing* de servicios ya existentes. Aunque ese simple *outsourcing* juega un papel importante (servicios de limpieza, *catering*, mantenimiento, seguridad, centros de llamadas), sólo representa una parte de la realidad. Incluso en el caso de servicios relativamente simples se han añadido nuevos

⁵ GUERRIERI *et al.* (2005) han demostrado que el comercio internacional en los productos de los SEM también va acompañado de externalidades del conocimiento internacionales si se miden por citas de patentes.

elementos intensivos en conocimiento como la gestión completa de instalaciones por empresas de limpieza, gestión de seguridad por agencias de seguridad privada y gestión de relaciones con el cliente por centros de llamadas. El crecimiento del sector de los SEM es ante todo la expresión de una división social más compleja del trabajo, especialmente en relación con las funciones del conocimiento en la producción. Desde esta perspectiva, la actual terciarización de los *inputs* de producción constituye un proceso comparable al modo en que la industria manufacturera se ha desarrollado fuera del sector agrícola y artesanal. Muchos productos de SEM actuales son nuevas especializaciones y nuevos servicios que difícilmente pueden compararse con las funciones de servicio «preexistentes» dentro de la empresa.

5. *Los efectos de las externalidades del conocimiento provocados por las organizaciones de SEM se relacionan con frecuencia con tipos tácitos e intrínsecos de conocimiento.* Una vez creada la circulación del conocimiento, es difícil de controlar. Las empresas de SEM intensivos en conocimiento cumplen una función en la conceptualización y diseminación de formas tácitas de conocimiento sobre producción y mercado. Gracias a la capacidad de acceder al «archivo de conocimientos» de los clientes, las empresas de KIBS pueden seleccionar información sobre las mejores prácticas en distintas áreas de competencia. Por tanto, dicho conocimiento es utilizado para la difusión, lo cual ayuda a otras empresas a acercarse a los límites de la eficiencia en esas áreas de competencia.

6. *Los acuerdos contractuales podrían influir en la contribución de los SEM en cuanto a la innovación y transferencia de conocimientos.* Los contratos entre empresas de SEM y sus clientes suelen estar especificados de forma incompleta debido a los costes de transacción y a los resultados que a veces son inciertos a priori. Las empresas de SEM que suelen transferir a sus clientes derechos de diseño o que firman con éstos acuerdos de exclusividad tienden a ser bastante menos innovadoras.

7. *El papel de la proximidad espacial para servicios a empresas estandarizados es cada vez menos importante...* Los servicios a empresas estandarizados y disponibles en el mercado que implican un conocimiento codificado son cada vez más «libres» debido a unas mejores tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Esto permite el suministro externo e incluso internacional de servicios estandarizados como la facturación y otras tareas administrativas, pruebas técnicas, depuración de software, diseño, relaciones simples con los clientes e incluso vigilancia de seguridad. El progreso de las TIC y la estandarización de servicios sólo conseguirán reforzar esta tendencia a la «desaparición de la distancia». La prestación *online* de dichos servicios a empresas podría ganar

importancia en el comercio internacional entre países. Una de las estimaciones recogidas en el presente libro es que el *offshoring* de SEM estandarizados podría tener efectos significativos sobre el empleo. El análisis de datos sobre empleo ocupacional para varios países seleccionados demuestra que cerca del 20 por 100 del empleo total podría verse potencialmente afectado por la contratación internacional de servicios de TI y habilitados por las TIC.

8. *...aunque la proximidad sigue siendo esencial para una gran parte del sector de los SEM.* Las interacciones cara a cara con empresas cliente seguirán teniendo su importancia para aquellas actividades de SEM personalizados para el cliente, lo cual implica un conocimiento tácito, procesos de aprendizaje, interacción de gestión y problemas sobre reputación de la calidad. La prestación internacional de dichos servicios a empresas significará, bien que las empresas de SEM operan mediante filiales locales, o bien que envían a sus empleados de forma temporal a visitar a los clientes extranjeros.

9. *La competencia en los servicios a empresas se desarrolla de forma débil debido a la segmentación del mercado y a la falta de transparencia del mismo.* En varios capítulos de este libro se demuestra que los mercados de SEM están segmentados: por las fronteras nacionales, según diferencias regionales, de acuerdo con el tamaño de las empresas e incluso según las distintas variedades de servicios que las empresas de SEM ofrecen a sus clientes. Una consecuencia es que muchas empresas, incluso dentro del mismo subsector y país, no son competidores entre sí. La falta de competencia debido a la segmentación y a la opacidad del mercado debilita el aliciente de las empresas de SEM para operar de forma eficaz y rentable. El grado de segmentación del mercado parece tener un impacto negativo sobre el rendimiento de la productividad de las empresas, aunque esto es válido por supuesto sólo como visión general. En un ámbito más desagregado y local también se encuentran situaciones competitivas más complejas. A veces, las empresas pequeñas en nichos de mercado especializados son capaces de competir con éxito incluso con empresas más grandes y variadas dentro y fuera del país.

10. *Una gran cantidad de empresas de SEM son inferiores al tamaño de empresa de eficiencia mínima.* Aunque el sector de los SEM está constituido por un número limitado de grandes empresas multinacionales, la gran mayoría de empresas de SEM (90-95 por 100) en muchos países de la UE poseen menos de diez empleados. El sector económico de los servicios a empresas es uno de los que registran las mayores tasas de creación de empresas. Este hecho ha dado lugar a una visión popular según la cual las economías de escala no cumplen ninguna función dentro

del sector de los SEM. En este libro se demuestra que esta afirmación es una falacia. Aunque existen diferencias entre subsectores, ha quedado demostrado que empresas con menos de 20 empleados de media poseen desventajas significativas de productividad relacionadas con el tamaño. Por debajo de este tamaño de eficiencia mínima, las organizaciones de SEM aparentemente tienen menos oportunidades de división interna del trabajo y de utilizar de forma eficaz a un personal (capital humano) por lo general altamente cualificado. Únicamente la existencia de una competencia débil permite a la mayor parte de las empresas operar con un tamaño por debajo del de eficiencia mínima.

11. *Las políticas gubernamentales podrían afectar a la competencia entre organizaciones de SEM (y por consiguiente, a los incentivos de eficiencia) de forma negativa mediante la supresión de una potencial entrada en el mercado.* Un mecanismo de mercado que fuerza a las empresas de SEM ya establecidas a operar de forma más rentable es la presión ejercida por las empresas de nueva creación. Si la normativa nacional hace más costosa la entrada en el mercado, esto hará disminuir el número de empresas de nueva creación y reducirá por lo tanto los incentivos de eficiencia para las empresas establecidas. En el capítulo 11 se demuestra que el nivel de costes de creación que surgen de la normativa correspondiente tiene un impacto negativo importante sobre el rendimiento de la productividad. Otra fuente de presión competitiva potencial proviene de la competencia extranjera (importación). Aunque el Tratado de Roma establece libertad para suministrar servicios en otros Estados miembros de la UE, el «Mercado Único Europeo de Servicios» todavía dista mucho de la realidad. Cada país posee su propio conjunto de normas (a menudo desarrolladas históricamente) para los mercados de productos en el ámbito de los servicios. Las diferencias en las normativas nacionales implican que las empresas de exportación de SEM contraen en cada uno de los países de exportación costes fijos adicionales para el cumplimiento de las normas nacionales sobre mercados de productos. La heterogeneidad de políticas entre países de la UE crea así costes de entrada en el mercado que disminuyen las importaciones de SEM desde otros Estados miembros de la UE, con un impacto negativo sobre la intensidad de la competencia en los mercados nacionales.

12. *Una competencia débil disminuye la contribución del sector de los SEM al crecimiento económico total.* Los servicios a empresas se han convertido en un sector estratégico en las economías avanzadas⁶. Debido

⁶ Esto ha sido reconocido por la Comisión Europea (1998, 2003). Las investigaciones llevadas a cabo por ARNOLD *et al.* (2005) y RUTHERFORD *et al.* (2005) confirman que una mayor productividad en servicios intermedios podría constituir un factor crucial para el crecimiento de la productividad en otros sectores económicos.

a que el sector de los SEM se ha convertido en una fuente principal de *inputs* intermedios para todos los sectores de la economía europea, la falta de competencia y rentabilidad en dicho sector repercute en toda la economía. El hecho de mejorar la competitividad y la eficiencia general del sector de los SEM podría, por tanto, fortalecer la contribución del mismo al crecimiento económico europeo total. Por ahora, las acciones políticas encaminadas al sector de los SEM se encuentran en una fase embrionaria⁷.

13. *Necesidad de más investigaciones y mejores estadísticas.* Finalmente, este estudio ha demostrado en qué medida precisa la economía de los SEM una mayor investigación. Dado su tamaño (aproximadamente el mismo que las manufacturas en algunos países), su dinamismo y su labor en el crecimiento económico, el sector de los SEM todavía no ha sido suficientemente estudiado. La organización del mercado y la competencia dentro del sector de los SEM necesitan ser analizadas en mayor profundidad, al igual que la compleja relación entre producción, *outsourcing* y *offshoring* de servicios internos. La falta de análisis en estos ámbitos se debe en parte a la deficiente calidad y cantidad de datos estadísticos sobre el sector de los SEM, aun cuando la situación esté mejorando recientemente. Para realizar una investigación más profunda serían necesarias mejores estadísticas. Algunas categorías de servicios a empresas están todavía demasiado agregadas y una investigación más detallada requeriría una mayor descomposición por tipos de actividad, incluso por actividades secundarias.

⁷ Esta valoración es válida también para muchos otros servicios. Las políticas de la UE relacionadas con los servicios se analizan en RUBALCABA (2007).

ANEXO: LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN LAS ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS

Los servicios a empresas forman parte de los llamados servicios a la producción: un grupo de actividades de servicios que suministra un porcentaje importante de su producción a otras empresas como *inputs* intermedios. La figura 0.1 muestra algunas relaciones conceptuales entre los grupos de servicios más utilizados. Los sectores de servicios a empresas están formados por dos amplios grupos: los servicios operativos que suministran servicios relativamente estandarizados y los servicios intensivos en conocimiento (KIBS) que, por lo general, producen servicios específicos para el cliente con un alto contenido en conocimiento. En el grupo más amplio de servicios a la producción se incluyen los servicios a empresas, además de otros sectores como el transporte, logística, construcción, comercio al por mayor, banca, seguros y telecomunicaciones.

La característica de que los servicios a empresas también podrían haber sido producidos dentro de la misma empresa del cliente los distingue de otros servicios a la producción como los servicios de red (transporte, energía), banca y seguros. Es poco probable para las empresas cliente proporcionar de forma interna el último tipo de servicios a la producción. A un nivel micro, los límites entre los sectores de servicios suelen ser mucho más borrosos, ya que las empresas pueden tener actividades secundarias en otros sectores de servicios o incluso fuera de la industria de servicios.

Desde el punto de vista estadístico, la Sección K de la clasificación CNAE de la Unión Europea representa a la mayoría de subsectores que componen los servicios a empresas. Incluye cinco categorías principales de servicios a empresas a un nivel de dos dígitos: 70 Actividades inmobiliarias; 71 Alquileres; 72 Actividades informáticas; 73 Investigación y desarrollo (investigación por contrato); y 74 Otros servicios a empresas. Las categorías CNAE de dos dígitos se corresponden con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) de las Naciones Unidas. Normalmente, el grupo de servicios a empresas se entiende constituido por las categorías CNAE 71, 72, 73 y 74. En términos de empleados y número de empresas, la mayoría de empresas de SEM se encuentran incluidas en la última de dichas categorías⁸. En el Capítulo 2 de este libro, desarrollado por Ian MILES, se presentan las categorías estadísticas normalmente consideradas como servicios intensivos en conocimiento.

⁸ En el último grupo, la mayoría de actividades de servicios empresariales típicas pueden encontrarse a un nivel de tres o cuatro dígitos, concretamente: 74.1 Actividades jurídicas, auditoría, estudios de mercado, consulta de gestión, etc.; 74.2 Arquitectura e ingeniería; 74.3 Ensayos y análisis técnicos; 74.4 Publicidad; 74.5 Selección y colocación de personal; 74.6 Actividades de investigación y seguridad; 74.7 Limpieza industrial y de edificios; 74.8 Actividades empresariales diversas.

Los problemas de clasificación estadística para los servicios a empresas son mucho mayores que para los servicios en general o para algunos servicios tradicionales como la banca, el comercio, el transporte o el turismo. La novedad del sector, el continuo desarrollo de nuevas actividades, la proximidad entre actividades, además de la falta de interés mostrado por los estadísticos han dado lugar a múltiples clasificaciones y a una falta de criterios, todavía en la actualidad, para el estudio de los servicios a empresas. El hecho de que la mayoría de servicios a empresas se incluyen hoy dentro de la categoría residual *Otros servicios a empresas* (CNAE 74) ilustra la relativamente breve historia de los servicios a empresas como sector económico independiente. Las clasificaciones industriales funcionales (CNAE, CIU) no parten de una definición positiva de los servicios a empresas, sino que utilizan un enfoque estadístico negativo basado en su clasificación como residual (lo que no se incluye en..., no clasificado en otra parte). Es preferible una taxonomía positiva, tal y como se propone en la figura 0.1, donde los servicios a empresas se cla-

FIGURA 0.1
DEFINICIÓN DE SERVICIOS A EMPRESAS
COMO PARTE DE LOS SERVICIOS A LA PRODUCCIÓN

Servicios a la producción	Servicios relacionados con la empresa	Servicios a empresas	Servicios a empresas intensivos en conocimiento (KIBS)	• Servicios de <i>software</i> e informática		
				• Consultoría estratégica y de gestión		
				• Contabilidad, asesoramiento fiscal y jurídico		
				• Servicios de <i>marketing</i> , encuestas de opinión		
				• Servicios técnicos, ingeniería		
				• Formación de personal, búsqueda de personal especializado		
			Servicios a empresas operativos	• Servicios de seguridad		
				• Gestión y limpieza de instalaciones		
				• Administración, contabilidad		
				• Búsqueda de trabajo temporal		
						• Otros servicios operativos (ej.: <i>catering</i> , fotografía, traducción, centros de llamada)
						Servicios de distribución y comercio
						Transporte y logística
						Banca, seguros y bolsa
						Telecomunicaciones y mensajeros
				Servicios energéticos		
				Servicios al consumidor utilizados de forma parcial por las empresas (viajes de negocios, servicios de salud a empresas, servicios de seguridad social)		

sifican de acuerdo con el tipo de funciones de servicios internos que desarrollan, complementan o sustituyen en las empresas cliente.

Los capítulos presentados en este libro no utilizan exactamente el mismo concepto de servicios a empresas y a veces se centran en ciertos subgrupos (como los servicios a empresas intensivos en conocimiento) o abordan una serie más amplia de servicios a la producción con fines comparativos.