

Promotores del servicio y los retos de su gerencia

Roberto Carlos Dávila Morán¹

Universidad Privada del Norte. Lima – Perú

roberto.davila@upn.pe

<https://orcid.org/0000-0003-3181-8801>

ENSAYO

RESUMEN

El presente trabajo tiene por objeto exponer la importancia del sector servicio en el mundo actual, haciendo énfasis en los factores de su amplia proliferación con miras a mostrar la importancia de su gerencia. El sector servicios ha sufrido un gran cambio impulsado por su crecimiento en la economía mundial. La cuenta corriente del Manual de Balanza de Pagos, se contempla una gran cantidad de actividades de servicios subdivididos en transporte, viajes y otros servicios comerciales. Muchas fuerzas han promovido la economía de servicios, entre ellos destacan los factores sociodemográficos, los mercados, los ambientes laborales, empresariales y legales, los demás sectores económicos, la tecnología y la globalización. Se razona la existencia de importantes retos en la gerencia de servicio dada la reciprocidad de sus componentes básicos, como son las operaciones del servicio y sus resultados, la administración del cliente, y el talento humano, los cuales se corresponden con los procesos tradicionales de las operaciones y el marketing interno y externo, gestionados de forma distinta para su perfecta alineación e integración.

Palabras Clave: Globalización, tecnología, intangibilidad y caducidad.

The promoters of the service and the challenges of their management

Abstract

The present work aims to expose the importance of the service sector in today's world, emphasizing the factors of its wide proliferation in order to show the importance of its management. The service sector has undergone a major change driven by its growth in the world economy. The current account of the Balance of Payments Manual includes a large number of service activities subdivided into transportation, travel and other commercial services. Many forces have promoted the service economy, among them sociodemographic factors, markets, work, business and legal environments, other economic sectors, technology and globalization stand out. The existence of important challenges in service management is reasoned given the reciprocity of its basic components, such as service operations and their results, customer administration, and human talent, which correspond to the traditional processes of the operations and internal and external marketing, managed differently for their perfect alignment and integration.

Key Words: globalization, technology, intangibility and expiration.

Recibido: 28-09-2021

Revisado: 29-10-2021

Aceptado: 12-12-2021

Como citar este artículo - How to cite this article

Dávila, R. (2022). Promotores del servicio y los retos de su gerencia. *Revista Visión Gerencial*, 21(1), pp. 173-185. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial>

¹ Magister en Ingeniería Química, Mención: Gerencia de la Calidad y Desarrollo Humano por la Universidad Nacional del Callao, Profesor – Investigador independiente, Líneas de investigación: Ingeniería, Salud Pública, Administración, Educación a distancia, del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad Privada del Norte. Lima - Perú
<https://scholar.google.com/citations?user=-PzTgrQAAAAJ&hl=es>

1. Introducción

En las últimas décadas el sector servicios ha sufrido un gran cambio impulsado por su crecimiento en la economía mundial, dicho incremento se ha reflejado en procesos de intercambio e inversión directa, los cuales han sido más acelerado que en los demás sectores. De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio – OMC- (2019), el sector servicios se ha configurado como uno de los sectores más importantes del mundo. Los servicios comerciales representaron el 19% del total del comercio mundial de mercancías y servicios, cuyo valor de exportaciones e importaciones creció incesantemente, a excepción de años recientes por la crisis económica mundial. Igualmente para años anteriores, entre el 2000 y 2008, el crecimiento en exportaciones mundiales fue de 12% en promedio anual (OMC, 2013). Por países, según el indicador del sector servicios global (índice elaborado por JP Morgan con organizaciones de investigación y de abastecimiento que combina información de varios países: Estados Unidos, Japón, Alemania, Francia, Gran Bretaña, China y Rusia -El Economista, 2020-), en Estados Unidos (EEUU) el sector servicios representa cerca de 80% de la actividad económica; en la Europa es la actividad dominante, la cual se expandió a un ritmo sólido (El Economista, 2020). Ya para el año 2011, los EEUU ocupó el primer lugar en el comercio mundial de servicios, con transacciones de 976.000 millones de \$EE.UU. y un superávit de 186.000 millones de \$EE.UU; el Reino Unido, ocupó la tercera posición, con transacciones de 444.000 millones de \$EE.UU y un superávit de 103.000 millones de \$EE.UU. En ambos países, la balanza de servicios comerciales ha sido excedentaria desde el año 1980; igualmente Alemania ocupó el segundo lugar al realizar transacciones por 542.000 millones de \$EE.UU (OMC, 2012).

La preponderancia de la actividad de servicio a nivel de intercambio internacional se explica en parte porque, según el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC (2019), el sector servicio se identifica en el comercio en cuatro amplias modalidades: 1) Comercio transfronterizo: exportaciones e importaciones de TIC's, servicios profesionales y otros; 2) Desplazamientos de consumidores fuera de su país para recibir servicios; 3) Presencia comercial, mediante la creación de agencias en otros países o traslado de los proveedores de servicios al territorio de los consumidores, estableciendo filiales con inversión directa, como los servicios financieros; 4) Desplazamiento físico para prestar servicios de mantenimiento, servicios profesionales y otros. Igualmente la contabilidad nacional de cada país, la cuenta corriente del Manual de Balanza de Pagos, se contempla una gran cantidad de actividades de servicios subdivididos en transporte, viajes y otros servicios comerciales. El transporte abarca servicios marítimos, aéreos y terrestres, por vías navegables interiores, espaciales y por tuberías que prestan los residentes de una economía a los de otra para transportar pasajeros, mercancías (flete), y alquiler de medios de transporte con tripulación y los servicios conexos de apoyo y auxiliares. Los viajes incluyen bienes y servicios adquiridos por viajeros (alojamiento, alimentos y bebidas, esparcimiento, transporte, regalos y recuerdos) por motivos familiares, de negocios, salud y/o educación. Otros servicios corresponden a seguros, comunicaciones, construcción, servicios financieros, informática e información, regalías y derechos de licencia, servicios personales, de esparcimiento, culturales entre otros.

Producto de esta gran diseminación de procesos de intercambio, y de esta amplia variedad de subsectores, es que numerosas economías giran en torno a los servicios, manejando gran cantidad de recursos. Este es el caso de los países desarrollados e industrializados como China, donde a partir de finales de los años 70, el sector servicios se ha desarrollado a pasos agigantados, desde el año 1978 hasta el 2002, el valor añadido de este sector se ha incrementado 39 veces, cuyo crecimiento promedio anual supera el 10%. En cifras la cantidad de trabajadores del sector servicios aumentó de 48 millones 900 mil a más de 210 millones, dicho incremento es el doble del registrado en el sector industrial durante el mismo periodo. Para el año 2008, las importaciones en servicio alcanzaron 229.118 millones de euros (excluyendo los servicios ofrecidos por el gobierno), lo que representa un incremento del 21,3% respecto al año anterior; las exportaciones de servicios experimentaron un repunte del 20,4%; por esto en la actualidad la nación se ubica en el quinto país exportador de servicios, y se mantiene como quinta potencia importadora de servicios (Global Chine Business Meeting, 2019). Otro caso es la economía española, altamente tercerizada, por la contribución del sector servicios al Producto Interno Bruto (PIB) y al nivel de empleo; para años recientes el sector genera algo más del 65% del empleo total del país (Roura y Sánchez, 2010). Igualmente en Colombia, según su Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019), el 78,8% de las empresas registradas en Bogotá son microempresas prestadoras de servicios; la mitad de estas se dedican al comercio, a la reparación de vehículos, a la intermediación de inmuebles y al arrendamiento, el 8,5% son hoteles y restaurantes y el 6,4% son empresas transportistas y de comunicaciones.

Para Hoffman y Bateson (2002), estas cifras ocultan el verdadero aporte del sector servicios al desarrollo económico, pues los empleos

dedicados a los servicios dentro de las industrias, son contabilizadas como empleos industriales, por lo que las industria cada vez son más de servicio, por el enorme componente de servicios dentro de sus procesos (Ginebra y Arana, 1999). Igualmente, la mayor parte de nuevos empleos, son trabajos de oficina (atención al cliente, telefonistas, oficinistas, y otros), por ello los servicios han hecho que el capital humano remplace al capital material como inversión más importante.

Dada la importancia actual de la actividad de servicios el presente trabajo, a partir de una revisión teórica y una reflexión, intenta analizar los cambios socioeconómicos que han inducido al desarrollo acelerado de los servicios, con miras a identificar los retos que implica su gestión.

2. ¿Por qué proliferan los servicios?

En el mundo existen muchas fuerzas que han promovido la economía de servicios con las consecuencias correspondientes, los cuales intenta explicar el dinamismo de la actividad; dichas fuerzas se agrupan en los siguientes cambios.

2.1. Sociodemográficos. Dado que el sector terciario en gran parte se dedica a prestar servicios a personas y organizaciones para que estas dediquen su tiempo a su labor central, sin ocuparse de tareas necesarias en la sociedad moderna, el bien fundamental que producen los servicios es el *tiempo*. Es así como los servicios liberan a las personas y organizaciones de realizar tareas, cuya satisfacción implica emplear un tiempo no empleado en la producción o la recreación. Por ejemplo, un restaurante sirve alimentos a sus clientes, que sólo podrían ser obtenidos por estos recorriendo los anaqueles de supermercados para adquirir ingredientes y luego prepararlos, de tal manera que dicho proceso permite liberar el tiempo de sus clientes para que puedan dedicarse a otras

actividades (trabajar, recrearse, actividades familiares, etc.).

Por lo anterior, muchos cambios demográficos en la población (proporción de personas que viven solas, parejas con pocos hijos, profesionales, padres solteros, y personas que trabajan en el hogar) han cambiado sus hábitos de consumo demandando practicidad y tiempo libre. Actualmente, se contratan servicios que eran realizados por algún miembro del hogar (lavandería, preparación de alimentos, mantenimiento, guarderías, limpieza, jardinería, compras y otras), lo cual se ha incrementado a medida que la sociedad demanda mayor cantidad de tareas y roles de las personas.

En algunas sociedades, otros cambios demográficos, como la disminución de la tasa de natalidad y el incremento de la tasa de envejecimiento de la población hacen que se incrementen la demanda de servicios recreacionales, de servicios de las aseguradoras y de servicios de salud. En el caso de los servicios de recreación, incluyendo los turísticos, los cambios en la estructura familiar enunciados por Mochón (2004) han generado incrementos y cambios importantes en la demanda de los servicios, como el aumento de la proporción de población con menores obligaciones familiares y mayor disponibilidad de tiempo y gasto, el incremento del interés y exigencias hacia el ocio y la diversión con necesidades especiales (salud, seguridad, información y otros); tales cambios son producto de: 1) la disminución de la población joven entre 15 y 30 años y de la natalidad; 2) el envejecimiento de la población; 3) el retraso del matrimonio y la procreación. Específicamente, según Sancho (2006), la edad doméstica (no cronológica) del individuo, matizan sus preocupaciones, actividades, intereses e inquietudes, y a su vez la cantidad y tipo de servicio demandado.

Otro cambio ha sido el incremento de la renta de los hogares, lo cual ha incidido notablemente en los estilos de vida y los patrones de consumo. Una investigación promovida por la Fundación de Cajas de Ahorro (FUNCAS) de España en la Universidad de Alcalá de Henares (España), arrojan entre los factores que contribuyen a expandir los servicios son el incremento de la renta familiar, invertida en su mayor parte en servicios (transportes, servicios personales, comidas fuera del hogar, asistencia doméstica, educación, ocio y salud), lo que representa el 40% del presupuesto familiar medio (Roura y Sanchez, 2010). Este incremento de rentas, los cambios demográficos y de estilos de vida (multiplicidad de roles), son producto en gran parte de la incorporación de la mujer al mercado laboral, lo que pareciera haber influido en la demanda de servicios financieros, entretenimiento o recreación y cuidado personal (Pride y Ferrell, 1997).

Desde otro punto de vista, el incremento de renta en los hogares y del ingreso per-cápita en algunos segmentos de la población, ha conducido a la tendencia de dejar de comprar posesiones físicas por adquirir servicios y experiencias (arreglo personal, estética, viajes, deportes extremos), como parte del efecto demostrativo o de imitación de estratos sociales superiores. Lógicamente, esta influencia en la demanda depende del comportamiento de la elasticidad renta del servicio. Una elasticidad renta elevada, según Velásquez y Andablo (1997) y Mochón (2004), indica que ante una subida del ingreso, en una sociedad moderna, se produce un aumento más que proporcional en la adquisición de servicios como guarderías, lavandería, peluquería, entre otros, mientras que el ingreso destinado a otros bienes y servicios, como alimentos por ejemplo, decrece (Ginebra y Arana, 1999). Todo depende si se trata de un producto complementario, sustituto normal o inferior; es el caso del transporte en autobús, su demanda se reduce

mientras que la demanda de transporte aéreo se incrementa ante un incremento en las rentas de sus demandantes o usuarios.

2.2. Mercados, ambientes laborales y sectores económicos. Históricamente, los servicios han aumentado con el desarrollo industrial. Durante la Edad Media y la Edad Moderna los escasos servicios se observaban en las ferias de comerciantes, la administración del Estado, las finanzas, los mesones y tabernas, los servicios prestados por religiosos y maestros, y servicios personales para clases aristocráticas. Durante la revolución industrial la administración pública se volvió compleja, la industria demandó servicios de bancos, bolsas financieras, seguros, mantenimiento de maquinaria y un sistema complejo y seguro de transporte para productos terminados y materias primas; a su vez los trabajadores industriales, con largas jornadas, requerían tiendas de productos agrícolas en las ciudades y servicios de transporte estable y permanente.

Actualmente, en los sistemas socio-económicos, existe la necesidad de incrementar la producción, expresado en el PIB, a la par de reducir la actividad humana en la generación de valor, producto a su vez de regulaciones laborales (Álvarez, *et ál.* 2001). Lo anterior lo resume la *teoría de las tres etapas*, a partir de lo ocurrido en los países industrializados, una vez superada la etapa de dominio del sector agrícola, la alta tecnificación del sector industrial expulsó mano de obra (Velásquez y Andablo, 1997). Esta tendencia a escala mundial, y la no participación de toda la población en el proceso productivo, hace que el ser humano ya no sea tan necesario para la creación de valor, de donde surge la necesidad de distribuir la riqueza a través de salarios; es así como han surgido nuevas formas de distribución de rentas a través de pensiones, seguros de desempleo, incluso se han impulsado otras actividades (turismo, deporte, cine y otros) de gran auge en la actualidad

para ocupar a las personas no involucradas o remplazadas por la robótica en el proceso industrial y agropecuario. Por ello, para Hoffman y Bateson (2002), los servicios actualmente dominan la economía, absorbiendo los empleos descartados por la agricultura, minería y manufactura.

Según Giorgi (1998), el empleo industrial ha caído en las últimas décadas, pero al mismo tiempo la producción de manufacturas y el empleo en el sector servicios han crecido, por lo que para Ginebra y Arana (1999), existe una relación entre el nivel de desarrollo de las naciones y la porción de población ocupada en los servicios, por la incorporación de la robótica y la automatización en gran parte de los procesos productivos de los primeros sectores. A juicio de Bour (1998), esto fue lo que sucedió en Argentina, cuando se produjo un rápido remplazo de la tecnología de los años 60, que demandó un menor uso del factor trabajo por unidad de producto por lo que un menor número de personas producen un mayor volumen de sofisticados bienes industriales; este crecimiento de la economía desplazó a la población hacia los servicios, algo similar ocurrió con la agricultura. Igualmente en España, luego del Plan de Estabilización del año 1959 y de un proceso de industrialización, se generó un éxodo de la población campesina a las ciudades, la cual no fue ocupada por la industria sino por los servicios.

2.3. Adelantos tecnológicos y la globalización. Además de la tecnificación ocurrida en el sector agropecuario e industrial, muchos autores coinciden en que los adelantos tecnológicos han impulsado la actividad de servicios. Este es el caso del desarrollo de los servicios de muchos países, como Irlanda², el país con la

² Irlanda posee uno de los sistemas de comunicación más competitivos de Europa, las empresas más reconocidas de Internet (Google, e-bay y Overture), más de 170 organizaciones internacionales de ingeniería eléctrica, aeroespacial y automovilística (ABB, Cardo, Eaton, Ingersoll Rand, Kostal, Liebre, Pratt & Whitney y Siemens) y más de 300 compañías internacionales en tecnologías de información y comunicación como: IBM,

