

**LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS
EMPRESAS**

Rosario Asián Chaves.



UNIVERSIDAD
DE SEVILLA

A Sisco, con amor.

**A mis hijos Fernando y Ángela
y a mis padres.**

Agradecimientos.

La realización de este trabajo no habría sido posible sin la ayuda y el apoyo de algunas personas a las que quiero mostrar mi agradecimiento. Por un lado, quiero agradecer a Manuel Delgado su labor de dirección, que no se ha limitado a la supervisión y corrección de mi trabajo, sino que además de enseñarme los aspectos metodológicos y conceptuales imprescindibles en todo trabajo de investigación, ha sabido transmitirme una serie de valores, relacionados no sólo con los aspectos estrictamente científicos y académicos, sino también una manera de entender la realidad que es capaz de mirar más allá de los aspectos puramente económicos.

Asimismo, agradezco el apoyo y la confianza mostrada por los compañeros del departamento, y en particular a Paco. A Estrella por su dedicación y paciencia, facilitándome el cumplimiento de los trámites exigidos para que la tesis pueda ser presentada.

De manera especial, a los compañeros del grupo de investigación AREA (Manolo, Carolina, David, Luis, Vicente, Mamen, Miguel Ángel, Antonio, Dani, Marta), por leer y comentarme en reiteradas ocasiones aquellas partes de este trabajo que pasé al grupo para su consideración.

Por otro lado, este trabajo no habría sido posible sin la colaboración de aquellas personas que, en representación de sus empresas u organismos, me atendieron y respondieron amablemente a las preguntas que formaban parte de las entrevistas y encuestas que tuve que realizar para obtener los datos necesarios para la realización del presente trabajo.

A Antoni Soy, de la Universidad de Barcelona, y Miguel González, de la Universidad de Granada, debo el haberme puesto en contacto con Servilab en Alcalá de Henares, a cuyos compañeros agradezco, junto a algunos relacionados con ellos y pertenecientes a la Universidad de Alcalá, por su ayuda en algunas cuestiones bibliográficas y por facilitarme algunas informaciones.

A los profesores Flavia Martinelli, de la Università Reggio Calabria; Mikel Zurbano, de la Universidad del País Vasco; José Antonio Camacho, de la Universidad de Granada; Luis Rubalcaba, de la Universidad de Alcalá; Carmen Mozo, de la Universidad de Sevilla y Fernando Rubiera, de la Universidad de Oviedo, entre otras cosas, por haberme enviado algunos de sus trabajos para que pudiera disponer de ellos. A Eva Vázquez, del Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla, por explicarme la utilización del SPSS para el tratamiento de los datos de las entrevistas y encuestas. A José Manuel Rueda, profesor en la Universidad Pablo de Olavide y participante en la elaboración de las Tablas Input-Output de Andalucía de 1995, por resolverme las dudas en la utilización de dichas tablas.

Y sobre todo, a mis padres, hermanos, primos, tíos y amigos, que me han soportado y animado en los momentos difíciles. Especialmente, a Sisco y a mis hijos, que han debido soportar durante varios años mis ausencias, falta de tiempo y mis múltiples agobios y decaimientos. Sólo gracias a su cariño y apoyo he podido finalizar, espero que con éxito, esta tarea que me propuse hace ya más de cinco años.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

Introducción general	3
Objetivo	8
Aspectos metodológicos	13

CAPÍTULO 1: LOS SERVICIOS EN EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN.

Introducción	33
1.1- La visión de los servicios en el pensamiento económico	34
1.1.1- Introducción	34
1.1.2- Algunas aportaciones acerca del sector servicios a lo largo del pensamiento económico	36
A) Principales aportaciones hasta 1930	36
B) Algunas aportaciones a partir de 1930	39
1.2- Concepto y clasificación de los servicios	48
1.2.1- Definición de los servicios	48
1.2.2- Características principales de los servicios	50
1.2.3- Clasificación	51
1.3- El crecimiento de los servicios	54
1.3.1- La productividad y los precios en los servicios	55
1.4- Relaciones entre servicios y territorio	57
1.4.1- Distribución espacial de los servicios	57
1.4.2- La elección de localización	58
A) Principales requisitos a considerar	59
B) La decisión de localización	61
C) La concentración geográfica de las sedes sociales	62
1.5- El papel de los servicios en la globalización. Algunas reflexiones sobre los cambios experimentados por el sector	64
1.5.1- El papel de los servicios en este entorno global. Situación actual	65

1.5.2- El comercio de servicios	67
A) Aspectos generales del comercio de servicios	67
B) Consideración del comercio de servicios en los foros internacionales	69
C) Algunas cuestiones sobre el comercio internacional de servicios	70
D) Distintos comportamientos de las actividades de servicios dentro del comercio de servicios reales	72
E) Liberalización del comercio de servicios	74
F) Implicaciones regionales de las transacciones internacionales de servicios	74
1.5.3- Interdependencia entre la industria y los servicios. La nueva economía servindustrial	76
1.5.3.1- Interdependencia entre la industria y los servicios	78
1.5.3.2- La sociedad integrada de bienes y servicios	79
Consideraciones finales del capítulo	82

CAPÍTULO 2: LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS. DEFINICIÓN Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS.

Introducción	87
2.1- Definición y clasificación de los Servicios a las Empresas	88
2.1.1- Principales aportaciones	88
2.1.2- Clasificaciones de los Servicios a las Empresas	92
2.1.3- Definición de Servicios a las Empresas	95
2.1.4- Los Servicios a las Empresas “tradicionales” y los “nuevos” Servicios a Empresas o Servicios Avanzados a las Empresas	97
2.2.- Pautas de localización en los Servicios a las Empresas	102

2.2.1- Principales aportaciones teóricas	103
2.2.2- Tendencia a la concentración de las actividades terciarias, y en particular de los Servicios a las Empresas	104
2.2.3- El impacto de las Nuevas Tecnologías en la localización de los Servicios a Empresas	106
2.3- El crecimiento de los Servicios a Empresas	108
2.3.1- Cambios de los sistemas productivos	111
2.3.2- Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación	111
...	
2.3.3- La mayor demanda de inputs intermedios	113
2.3.4- Integración bien-servicio	114
2.3.5- Necesidades de innovación	114
2.3.6- Externalización de servicios	115
2.4- Papel de los Servicios a Empresas en las economías industriales	117
.....	
2.4.1- Los Servicios a las Empresas y el crecimiento económico	117
2.4.2- Los Servicios Avanzados a las Empresas y la nueva política de desarrollo regional	121
A) Algunas características de los Servicios a Empresas en las “economías centrales”	121
B) Los Servicios a Empresas como instrumentos de acción regional	123
C) Posibilidades para las regiones periféricas	124
Consideraciones finales del capítulo	125

CAPÍTULO 3: EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN LAS REGIONES EUROPEAS.

Introducción	131
3.1- Los Servicios a Empresas en las regiones de la Unión Europea	131
3.1.1- Crecimiento y cambios en el sector servicios en la UE	132
.....	

A) Evolución en la distribución porcentual de los servicios en el empleo y VAB en los países de la UE	132
B) Crecimiento del empleo en los servicios	134
C) Evolución de las distintas actividades de servicios: especial referencia a los Servicios a Empresas	136
3.1.2- Disparidades regionales en la UE relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y los Servicios a Empresas	137
A) El peso de los Servicios a Empresas en la Unión Europea ...	138
B) Localización de las actividades de SEM en la UE	140
3.2- La dinámica regional de los Servicios a Empresas en España	143
3.2.1- Evolución de los servicios en España.....	143
A) La producción terciaria española	146
B) El empleo en el sector servicios en España	148
3.2.2- Comparación regional de la evolución de las distintas actividades de servicios	152
A) Evolución del empleo en los servicios en las regiones españolas	155
B) Evolución de las distintas actividades de servicios en las regiones españolas: especialización regional en las actividades de servicios	156
3.2.3- Los Servicios a Empresas en las regiones españolas	165
A) Situación de España respecto a Europa	165
B) Los Servicios a Empresas en algunas regiones de España	166
Consideraciones finales del capítulo	168

CAPÍTULO 4: EL MARCO DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS EN LA ECONOMÍA ANDALUZA.

Introducción	173
4.1- Aspectos generales de la evolución y estructura reciente de la economía andaluza	173
4.1.1- Cambios en el modelo de desarrollo de Andalucía: de los años sesenta a la década de los ochenta	174
4.1.2- Estructura económica de Andalucía: evolución y comparación de la situación en el proceso de globalización económica	178
4.2- Los Servicios en la Comunidad Autónoma Andaluza: evolución, estructura e interdependencias	183
4.2.1- La producción terciaria andaluza	186
4.2.2- El empleo en los Servicios en Andalucía	188
4.2.3- Distribución territorial de los Servicios en Andalucía	195
A) Estructura y distribución territorial de la producción en los Servicios en Andalucía	195
B) Estructura y distribución territorial del empleo en los Servicios en Andalucía	197
4.3- Aproximación al comportamiento reciente de los Servicios a las Empresas en Andalucía a través de las Tablas Input-Output	199
4.3.1- Evolución de los servicios en Andalucía a través del análisis de las TIOAN 1980 y 1995	200
A) La producción en los servicios	200
B) El empleo en los servicios	206
C) Importancia de cada rama de los servicios en función de la evolución de la renta generada dentro del propio sector	208

D) Terciarización e integración de los servicios en la economía andaluza	211
.....	219
E) Distribución de los consumos intermedios de servicios	222
.....	222
F) Interrelaciones de las actividades de servicios con el resto del sistema productivo
4.4- Las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía en 1995	229
.....
4.4.1- Características generales de los Servicios Avanzados a las Empresas	229
4.4.2- Importancia de los Servicios Avanzados a las Empresas dentro del sector servicios	231
4.4.3- Estructura productiva de la oferta de servicios	232
4.4.4- Estructura de la demanda	236
Consideraciones finales del capítulo	238

CAPÍTULO 5: LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS EN ANDALUCÍA.

Introducción	243
5.1- La oferta de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía	243
.....
5.1.1- Oferta institucional de Servicios Avanzados a las Empresas	244
.....
5.1.2- Oferta privada de Servicios Avanzados a las Empresas	246
5.1.2.1- Estructura de la oferta de SAE en Andalucía	247

A) Tejido de empresas jóvenes	249
B) Importante peso de las empresas pequeñas	251
C) Baja tendencia a agruparse con otras empresas	254
D) Importante papel del titular de la empresa	257
E) Elevada formación y gran movilidad de la plantilla	258 260
F) El empleo en este sector	262
G) La estructura empresarial: incertidumbre y flexibilidad	263 264
H) “Personalización” de los servicios ofertados	
I) Especialización en el tipo de servicios prestados	
5.1.2.2- Aspectos en la localización de estas actividades	265
A) Introducción	265
B) La tendencia a la concentración de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía	266
C) Motivos de localización	270
5.1.2.3- Grado de diversificación y abastecimiento	272
A) Distribución sectorial de la clientela	272
B) Distribución territorial de las empresas clientes	274
C) Dimensión de las empresas clientes	275
D) Dependencia de algunas empresas clientes	276
5.1.2.4- Previsiones de comportamiento empresarial	276
5.1.2.5- Opinión de las empresas oferentes de SAE acerca de la demanda de estos servicios	278
A) Opinión sobre la actuación de la Administración Pública en este sector	278
B) Opinión desde la oferta de la adecuación de la demanda a las necesidades de las empresas	279
C) Coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios	280
5.2- Comportamiento de las empresas según el tamaño	281

5.2.1- Grandes empresas	281
5.2.2- Empresas pequeñas	284
5.3- La demanda de SAE en Andalucía	291
5.3.1- El uso de SAE por las empresas de la Industria Agroalimentaria en Andalucía	292
5.3.2- La decisión entre internalizar y externalizar el servicio	296
5.3.3- Motivos principales por los que se decide externalizar o internalizar.....	300
5.3.4- Tipo de proveedores para los servicios adquiridos externamente	303
5.3.5- Evaluación de la oferta por parte de la demanda	306
5.3.6- Comportamiento de las empresas grandes	310
Consideraciones finales del capítulo	315
RESUMEN Y CONCLUSIONES	319
BIBLIOGRAFÍA	337
ANEXO 1: Clasificación de las actividades de servicios	367
ANEXO 2: Clasificación de los Servicios a las Empresas	379
ANEXO 3: Tablas Input-Output	387
ANEXO 4: Cuestionarios	417

TESIS DOCTORAL: "LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS"

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

INTRODUCCIÓN

Introducción general

En la presente tesis tratamos el tema de los desequilibrios territoriales en el período comprendido entre las décadas de los ochenta y noventa del siglo veinte, es decir, en el período de la denominada “globalización”. Concretamente, nos basamos en el estudio de las divergencias existentes en el funcionamiento del sector servicios, y dentro de él, en las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas. Nuestro estudio se centra en el análisis regional, tomando como referencia el estudio de Andalucía.

La existencia de **desequilibrios territoriales** no es un fenómeno nuevo. Ya a raíz de la “revolución industrial” los distintos territorios se especializaron en distintas producciones, asumiendo un papel determinado dentro de la división espacial del trabajo. La aplicación de las nuevas tecnologías a la mejora de la productividad agraria e industrial y al desarrollo de los transportes, ofrecieron a los agentes económicos la posibilidad de operar en unos mercados de consumo, trabajo y capitales cada vez más amplios y competitivos. Concretamente, las innovaciones en los transportes permitieron a las empresas ampliar sus áreas de abastecimiento y mercado, lo que dio lugar al incremento de la competitividad y la especialización territorial, facilitando además la movilidad de la población y su desplazamiento hacia los centros urbanos e industriales. Todo esto provocó un creciente proceso de concentración espacial de la población y de los medios de producción, lo que acentuó los desequilibrios territoriales.

Con el “fordismo” se acentúan algunas de las tendencias anteriores. El desarrollo de los medios de transporte y comunicación y la disminución progresiva de las sujeciones impuestas en la etapa anterior por algunos recursos productivos, no impidieron el crecimiento del proceso de concentración. Las economías de aglomeración, la integración empresarial y la ampliación de los mercados, dieron lugar a la consolidación de las concentraciones urbanas como ámbitos centrales del sistema, la formación de nuevos complejos territoriales de producción y la aparición de una nueva *división internacional del trabajo (DIT)*. Esta nueva DIT, impulsada a su vez por las diferencias espaciales en las condiciones salariales, en las normas medioambientales, etc., provoca o perpetúa los desequilibrios intra e interregionales.

Tras los procesos de reestructuración habidos como consecuencia de la crisis de los setenta y de cara a la adaptación a los procesos de **globalización**, cambian las especializaciones, las economías “centrales” basan su especialización en el denominado “terciario avanzado”, desplazando las tareas banales y de menor valor añadido a la “periferia”. Pero, en el fondo, los desequilibrios se siguen manteniendo, e incluso se acentúan. La existencia de los desequilibrios territoriales es consecuencia de las relaciones asimétricas, que tienen que ver con la evolución histórica y el modo de funcionamiento de las economías en los diferentes territorios. Además, nosotros planteamos que es una tendencia estructural del sistema económico capitalista, ya que cada etapa lleva a una consolidación del anterior sistema de intercambios desigual, pero presentando en cada momento formas nuevas.

En las últimas décadas, el crecimiento de las economías capitalistas se ha centrado principalmente en el **sector servicios**, que ha protagonizado un intenso auge, especialmente en términos de empleo. Es un hecho constatado por múltiples estudios de diverso tipo, que en las economías actuales las actividades de servicios ocupan un lugar

privilegiado, no sólo por su importancia cuantitativa, que ha aumentado incesantemente, sino, especialmente, por su importancia cualitativa, dada su creciente integración en los sistemas productivos.

La distinta posición que ocupan los diferentes espacios en el sistema capitalista mundial, en el que unas áreas se “desarrollan” –al especializarse en ciertas producciones- a costa de las otras (“periféricas”), favorecidas por la división capitalista internacional del trabajo y el intercambio desigual, no se ve sustancialmente modificado. Desde las “áreas centrales”, para el tema de los servicios, se ha venido decidiendo cuáles son las actividades de este sector que interesa potenciar en cada momento, dependiendo de la coyuntura internacional. Actualmente, como veremos a lo largo de este trabajo, son los Servicios Avanzados a las Empresas y, por ello, son precisamente estas “áreas centrales” las que se especializan en ellos y las que determinan las actividades “estratégicas” y las especializaciones “dependientes” de las “áreas periféricas”, todo ello favorecido por la actual situación de globalización económica.

Pero, hasta no hace mucho tiempo, la literatura económica había caracterizado a los servicios como actividades no productivas a diferencia de las actividades manufactureras. Si observamos la distinta consideración que se ha dado a estas actividades a lo largo del tiempo, podemos ver que ha estado en todo momento ligada a los intereses de las “economías capitalistas centrales”. Así, aunque muchas actividades de servicios han existido desde muy antiguo, no eran tenidas en cuenta por el pensamiento económico del momento, al no ser actividades ligadas directamente con la producción física, que era la considerada únicamente como productiva. A medida que evoluciona el sistema capitalista mundial y se desarrolla el comercio internacional, muchas actividades de servicios empiezan a cobrar una importancia fundamental, al ser necesarias para posibilitar la realización del excedente de las “economías centrales”. Por ello, la consideración de los servicios evoluciona en función de la importancia que adquieren en dichas economías.

Los procesos de reestructuración tras la crisis de los setenta han provocado cambios en la organización de la producción, que han afectado de una manera muy particular a las actividades de servicios. Actualmente se caracteriza a las “economías centrales”, hasta ahora denominadas “economías industrializadas”, como “economías de servicios”. Pero esto nos puede llevar a pensar que los servicios han ocupado el papel que antes tenía la industria, desplazándola a un segundo plano. Nada más lejos de la realidad. Lo que realmente se observa en estas “economías centrales” es una integración creciente entre las actividades de servicios y la industria manufacturera¹.

Ahora bien, en el sector servicios se incluyen actividades muy diversas, con comportamientos muy diferenciados en algunos casos. Nosotros no vamos a cuestionar la clasificación de sectores y actividades económicas, y nos basaremos en la que distingue a las actividades de servicios según su destino. Así, tenemos los servicios finales o al consumidor –dirigidos a la reproducción de la fuerza de trabajo- y los servicios al consumo intermedio o a la producción –cuyo papel consiste en producir las

¹ Los diversos trabajos sobre la realidad económica en las últimas décadas evidencian la “terciarización” masiva de las economías avanzadas. Pero, como dice Veltz (1999), este término tiene más de sociológico que de económico, ya que la frontera entre “secundario” y “terciario” es cada vez más artificial.

condiciones económicas y sociales necesarias para la valorización del capital-. Dentro de este último grupo sobresalen los Servicios a las Empresas, en los cuales concentraremos nuestra atención.

Precisamente, en las “economías centrales”, los **Servicios a las Empresas** sobresalen, dentro del sector servicios, como el conjunto de actividades que han demostrado un mayor dinamismo en los años más recientes. Los Servicios a las Empresas son un factor competitivo muy importante para el resto del tejido empresarial². Sin embargo, esto no significa que todos los Servicios a las Empresas sean en sí útiles para mejorar la competitividad. Es decir, no basta con implantar en una zona determinada, actividades de este sector para que se produzcan las sinergias necesarias para crear un entorno favorable al desarrollo de las mismas y al consiguiente efecto de atracción sobre otras actividades de otros sectores³ (principalmente las actividades manufactureras).

El desarrollo de estas actividades característico de las “economías centrales”, debido a su estrecha relación con la actividad productiva, ha de analizarse en relación a la evolución de la organización de la producción contemporánea. En particular, el crecimiento de los Servicios a las Empresas debe considerarse como el resultado de al menos tres procesos (Martinelli, 1989):

- A) La creciente y progresiva *concentración del capital* y el desarrollo de la *gran empresa* moderna, multiproducto y multilocalizada.
- B) La creciente *internacionalización* de los mercados y de la competencia entre empresas.
- C) El desarrollo de las *Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*.

La unión de estos procesos ha provocado importantes cambios en la organización de la producción, acelerando el proceso de división y especialización del trabajo propio de sociedades complejas.

Precisamente, una de las manifestaciones más importantes de la creciente división técnica del trabajo en el terreno de los Servicios a las Empresas se conoce como **externalización**⁴. Este fenómeno es el que posibilita que la expansión de estos servicios quede reflejada en las estadísticas al uso. Además de algunas razones puntuales señaladas para explicar el fenómeno de la externalización –como la disminución de costes-, la mayor frecuencia de su uso está directamente relacionada con la aparición de los primeros síntomas de graves problemas económicos a partir de finales de los sesenta –por ejemplo la disminución en las tasas de crecimiento de la productividad del trabajo- (Zurbano, 1996).

La expansión de los servicios destinados a las empresas indica claramente que la división

² Como han demostrado diversos trabajos, entre los que podemos destacar: De Bandt (1995), Del Río (1988b), Martinelli (1991), Rubalcaba, (1996b, 1997, 2001), Soy (1994), Zurbano (1996).

³ Gadrey (1992) sostiene que los Servicios a las Empresas “*no son solamente facilitadores de la actividad económica, sino que juegan un papel de atracción de otras actividades y de exportación de servicios fuera de la ciudad o región*”. Claro que señala que la validez de esta afirmación ha sido confirmada por la mayoría de los estudios empíricos efectuados con datos de los años sesenta y ochenta en “los países desarrollados”.

⁴ Contratación de determinados servicios, que antes eran realizados internamente por la propia empresa, generalmente a empresas especializadas en la prestación de los mismos.

social del trabajo en la producción de todos los outputs se está ampliando de manera ininterrumpida (Sayer y Walker, 1992). Este proceso de progresiva división y especialización del trabajo no sólo se produce en el *exterior* de la empresa –dando lugar al nacimiento de empresas especializadas independientes–, sino que también se da en el *interior* de ésta, a través de la realización de funciones y tareas especializadas. Por ello, el estudio de los Servicios a las Empresas no se debe limitar a las actividades de servicio externas, sino que debe considerar las actividades de servicio realizadas en el interior de las empresas no terciarias.

El crecimiento y desarrollo actual de los Servicios a las Empresas no puede entenderse, por tanto, sino a través del análisis de los cambios económicos, sociales, políticos, etc., que se vienen produciendo tras la crisis de los setenta, y que definen un nuevo modelo de acumulación, cuyas principales características son la "globalización económica" y el "desarrollo tecnológico". Como consecuencia de la interacción de estos dos fenómenos, se ha producido un incremento brutal de la competencia entre empresas, países, regiones, etc., lo que ha obligado a las empresas a aumentar su competitividad y su productividad, a través de un enorme esfuerzo innovador y de aplicación de las nuevas tecnologías por un lado, y de una reorganización funcional y espacial de la producción, por otro, que ha supuesto una profundización en la división internacional del trabajo.

Se puede considerar que los Servicios a las Empresas son, por un lado, el resultado de la creciente división y especialización del trabajo que caracteriza la organización de la producción contemporánea. Por otro lado, muchos de estos servicios tienen un alto contenido innovador, siendo las mismas innovaciones de producto y de proceso al mismo tiempo "vehículo" potencial de la innovación entre empresas y sectores (Martinelli, 1989). Este sector se considera estratégico para el crecimiento económico⁵ de países y regiones. Hoy día se consideran como actividades decisivas para la innovación, la competitividad, internacionalización y productividad del tejido industrial moderno (Aharoni, 1993; Daniels, 1993; Cuadrado y Del Río, 1993; Del Río, 1996; Rubalcaba, 1996b; González Romero, 1997).

Si analizamos los datos estadísticos elaborados por Eurostat y por la OCDE, podemos comprobar cómo, efectivamente, las actividades incluidas en el sector de Servicios a las Empresas han ido evolucionando significativamente en su participación relativa en el VAB y en el empleo de los denominados "países centrales". Así, España, aunque todavía a cierta distancia de sus compañeros más "aventajados" de la Unión Europea, va consiguiendo acercarse a los niveles medios –según los datos de Eurostat para 1994, estas actividades representaban el 10% del VAB en España, frente al 14% en la UE, y el 4% del empleo en España, siendo del 9% en la UE-. Además, las recientes proyecciones sectoriales de empleo realizadas para España por Servilab (Cuadrado y otros, 1999) señalan a los Servicios a las Empresas como uno de los sectores con mayores perspectivas de crecimiento.

Pero, dentro de España no todos los territorios se encuentran en la misma situación. Así, por ejemplo, hay regiones que superan con creces ese 4% del empleo, como es el caso

⁵ Como ya señalara Greenfield en 1966: "*Parece seguro postular que el crecimiento de los servicios a la producción es un concomitante inevitable del crecimiento económico agregado*" (las negritas han sido añadidas por nuestra parte) (Greenfield, 1966, 118). Y para ello se apoya en el camino abierto por el empleo de estos servicios en las regiones en que existe un diferencial en las tasas de crecimiento.

de la Comunidad de Madrid, en la que este sector representa el 8% de los ocupados (Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998). Esto significa que existen otras zonas en las que los niveles son inferiores. Dada la heterogeneidad del sector, que incluye desde actividades rutinarias –limpieza industrial- hasta las más avanzadas tecnológicamente –del denominado terciario avanzado, como diseño industrial-, sería previsible pensar que el peso que representa cada una de ellas en el sector será muy diferente según la Comunidad Autónoma a la que se haga referencia.

Existen otros factores que explican la concentración de estas actividades en determinados países, como su situación económica. También hay que tener en cuenta la existencia de una serie de barreras que limitan los movimientos internacionales de estas actividades, barreras que no son sólo legales, sino económicas o culturales. Las nuevas actividades de Servicios a las Empresas están, a su vez, desarrollando una división técnica del trabajo interna con formas territoriales específicas⁶, de donde se derivan tendencias de localización específicas en el ámbito de estas actividades, que responden a algunas dinámicas externas, como los cambios en el marco organizativo y estructural del capital y, principalmente, al desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

Si bien es cierto que la mayoría de los Servicios a las Empresas tienen un carácter muy local –entre otras cosas por la necesaria colaboración del cliente en la producción de estos servicios-, actualmente también se enfrentan cada vez más a mayores requisitos de internacionalización. En estos servicios la internacionalización está abanderada por la presencia de las grandes multinacionales del sector, de manera que, la concentración de estas actividades en el ámbito internacional, puede, en parte, venir explicada por las estrategias seguidas por estas empresas, que generalmente privilegian los mercados en los que encuentran más expectativas de negocio. De hecho, esta cada vez mayor internacionalización de los mercados de Servicios a las Empresas, está afectando a las PYMEs, que se están viendo forzadas, en general, a adoptar estrategias competitivas y políticas de redes de colaboración.

Nosotros nos centraremos en el **comportamiento regional** de las actividades de servicios. Nuestro objetivo es analizar el diferente carácter, es decir, la distinta naturaleza y comportamiento, de los servicios en los distintos territorios. Como han mostrado algunos trabajos⁷, no es casual que en algunos territorios –“áreas centrales”- se desarrollen principalmente aquellas actividades de servicios cuya función es facilitar el crecimiento económico y la acumulación de capital, sirviendo para canalizar y dar salida a la realización del excedente, mientras que en otros –“áreas periféricas”- el funcionamiento de las actividades de servicios está desconectado del resto del sistema productivo, estando a expensas de las necesidades del “centro”. Además, nosotros planteamos la hipótesis de que se produce una continuidad en la globalización del comportamiento que el sector servicios tenía hasta ese momento en las “áreas periféricas”.

⁶ Este componente territorial, según Massey (1984), delimita una estructura espacial que incorpora una jerarquía en las relaciones económicas de propiedad y una jerarquía técnica de producción.

⁷ Se pueden consultar a este respecto, entre otros: Illeris (1989, 1991, 1994, 1996, 1997), Marshall y Wood (1995), Martinelli (1991 b y c, 2000).

Las tendencias espaciales de estas actividades tendrán una configuración específica según el lugar que cada espacio económico ocupa en el orden económico internacional. Concretamente, las actividades de **Servicios Avanzados a las Empresas** suelen concentrarse en aquellas áreas que reúnen una serie de características urbanas: ambiente urbano de alta calidad, cercanía al cliente, telecomunicaciones de alta calidad, etc. (Sassen, 1991, 1996, 1998). La concentración de estas actividades en determinadas zonas es un hecho que ha sido demostrado empíricamente en múltiples trabajos, y que tiene importantes consecuencias. Nosotros pretendemos demostrar que en las áreas “periféricas”, los mercados de Servicios a las Empresas poseen una oferta poco diversificada, teniendo graves problemas de información imperfecta. Por tanto, en las áreas “no centrales”, los beneficios que se podrían obtener de los Servicios a las Empresas serán mucho menores que en las áreas “centrales”, principalmente en lo referente a los Servicios Avanzados, de los que se verán obligados a prescindir o, en todo caso, a tener que importarlos de las áreas “centrales”.

Objetivo de la tesis

El **objetivo** de la tesis es mostrar, en el contexto de la globalización y del papel que están desempeñando los Servicios Avanzados a las Empresas, y utilizando el caso de Andalucía, que existe una división espacial del trabajo, y que, por tanto, lo que acontece en el “centro” no está sucediendo en otras áreas. Para ello planteamos [la hipótesis de que en Andalucía en la globalización continúa existiendo una especificidad en el funcionamiento del sector servicios, que está relacionada con el modo en que se desarrolla su sistema productivo, el cual depende de factores históricos y culturales, además de los económicos y políticos](#). Esta especificidad se manifestará, entre otros, en un comportamiento en el sector de Servicios Avanzados a las Empresas, que no será el observado en otras regiones consideradas “más avanzadas”, como pueden ser en España Cataluña o Madrid.

Partiendo de ese modo particular de funcionar este sector –hecho que pretendemos contrastar con los datos estadísticos existentes, al compararlos con otras realidades de nuestro entorno más próximo-, planteamos éste como un problema fundamentalmente de demanda. El problema por parte de la demanda, podría ser función de un conjunto de características que están asociadas a la estructura productiva andaluza, que trataremos de analizar en la tesis. Eso no significa que no existan problemas por el lado de la oferta, los cuales también serán analizados. Queremos demostrar que los recientes procesos de reestructuración económica, impuestos por las exigencias de competitividad derivados de los procesos de globalización, han situado a Andalucía en un nivel de escasas posibilidades de autonomía a la hora de decidir cómo actuar desde dentro y obligándola a renunciar a ciertas prácticas tradicionales, no funcionales al nuevo sistema, adoptando por el contrario el ejercicio de otra serie de actividades no integradas en su entorno económico, social y cultural.

Por tanto, nuestra hipótesis básica se subdivide a su vez en tres:

1. Existe una desigualdad en la distribución espacial de las actividades de servicios, y más concretamente en los Servicios a las Empresas, sobre todo en los “Avanzados”.
2. Existe una especificidad en el funcionamiento del sector servicios en Andalucía y

en su relación con su sistema productivo, que en la globalización se refleja en una continuidad de este comportamiento diferente al de las “regiones centrales”.

3. Esta especificidad se manifiesta en un bajo nivel de desarrollo de los Servicios Avanzados a las Empresas, debido fundamentalmente a la falta de un tejido productivo de características parecidas al de las “regiones centrales”.

Para poder confirmar estas hipótesis, planteamos en esta tesis el estudio de la evolución y de la situación actual del sector servicios en Andalucía, y su relación con el tejido productivo de la región. Todo ello tomando como referencia el comportamiento de este sector en las economías de nuestro entorno, principalmente en comparación con el resto de regiones españolas. Más concretamente, proponemos como estudio más específico el análisis de la estructura del sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía en su doble vertiente: la oferta y la demanda, haciendo hincapié en el comportamiento espacial del mismo. Para llevar esto a cabo hemos realizado trabajos de campo como única alternativa a la falta de información estadística sobre este sector, carencia que es más grave en España que en otros países de la Unión Europea y, a su vez, dentro de España es más acuciante en Andalucía⁸ que en otras comunidades autónomas en las que, desde hace algún tiempo, se vienen realizando algunos estudios, como en Madrid, en Cataluña o en el País Vasco.

Para la consecución del objetivo general planteado, proponemos los siguientes **objetivos específicos**:

- Analizar las características generales de los Servicios Avanzados a las Empresas, para lo cual, consideramos necesario partir de un repaso al sector servicios en su conjunto, para situar dentro de él la importancia y especificidades de los Servicios a las Empresas, y concretamente de los denominados Servicios Avanzados a las Empresas.
- Revisar el comportamiento de las actividades de servicios en los países de la Unión Europea, y más específicamente en las regiones españolas.
- Estudiar la evolución y situación actual de las actividades terciarias en Andalucía, así como sus relaciones con el sistema productivo, especialmente con las actividades industriales.
- Realizar un análisis de las características de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía a través del estudio de la oferta, y centrandolo en la demanda en la Industria Agroalimentaria.

En relación con estos objetivos la estructuración por capítulos es la siguiente:

Comenzamos en el **primer capítulo** haciendo referencia al sector servicios en su conjunto. En esta primera parte nos detenemos en ver cómo ha ido discurrendo el modo de analizar el sector, es decir, cómo se ha abordado el concepto y cómo se ha caracterizado a las actividades que componen el sector desde las distintas corrientes de

⁸ Sobre la información estadística en el sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía puede consultarse Asián (2000a).

pensamiento, ya que ello condiciona de manera fundamental cuál es el papel que el mismo ha desempeñado en las distintas economías, así como el que desempeña en la actualidad. Asimismo, en este primer capítulo, intentamos poner de manifiesto cuál es el papel que las actividades de servicios desempeñan en la economía, y cómo se han visto afectadas por los recientes cambios producidos a raíz de la globalización económica.

Una parte muy importante, que a su vez sirve para enlazar con el siguiente capítulo referido al sector de los Servicios a las Empresas, es la referente a la vinculación existente entre los servicios y la industria, que llevan a hablar de una “sociedad servindustrial”. Se muestra que los servicios no pueden considerarse una alternativa a la industria, ya que su crecimiento está fuertemente interrelacionado con los cambios habidos en las empresas manufactureras. Pero los servicios no sólo están cada vez más interrelacionados con la industria, sino con el conjunto del sistema productivo.

En el **segundo capítulo** presentamos la situación de los Servicios a las Empresas dentro del sector servicios, repasando algunas de las principales aportaciones teóricas, y las clasificaciones y la definición de estas actividades, distinguiendo entre los Servicios a las Empresas “tradicionales” y los “avanzados”. A su vez, hacemos un breve repaso a las pautas de localización de las mismas, que constituirán uno de los aspectos fundamentales para analizar la situación de este sector en Andalucía, debido a su carácter fuertemente centralizado, que contribuye a la existencia de esos fuertes desequilibrios a los que hacíamos mención anteriormente. En este capítulo también ponemos en relación el avance de estos servicios con el “desarrollo económico”. Empezamos confirmando el extraordinario crecimiento de estas actividades, repasando los factores que han influido en el nacimiento y crecimiento de las mismas –que van desde la creciente flexibilidad productiva o las nuevas definiciones de los productos hasta la integración de los mercados o el papel del Estado-, para pasar a comentar el posible papel de estas actividades en el “desarrollo económico”, así como en las políticas de desarrollo regional.

En el **capítulo tercero** partimos de la situación y evolución del sector servicios en general y de los Servicios a las Empresas en los países de la Unión Europea. Seguidamente hacemos un repaso de la dinámica regional de este sector en España. Aquí hacemos un especial hincapié en las desigualdades espaciales en la evolución de las distintas actividades de servicios, para apoyar la afirmación realizada acerca de la especificidad en el desarrollo de las actividades de servicios más avanzadas en nuestra región, en comparación con las regiones “más desarrolladas” de España.

En el **capítulo cuarto** es donde empieza específicamente el análisis del caso andaluz. Concretamente, analizamos el sector servicios en su conjunto en la economía andaluza, viendo su evolución en comparación con la media española. En el comportamiento del sector, es de especial interés conocer las implicaciones que puede tener la integración del mismo en el sistema productivo andaluz, principalmente, ver en qué grado el conjunto del sistema productivo ha apoyado el crecimiento de los servicios en estos últimos años. Para esto último, hacemos una aproximación al comportamiento reciente de los servicios, y en particular de los Servicios a las Empresas, en Andalucía a través de las Tablas Input-Output.

Es en el **quinto y último capítulo**, donde entramos a analizar la situación de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía. Hacemos una separación entre el

análisis de la oferta y el de la demanda. Para la oferta hemos entrevistado a empresas que ofrecen estos servicios en la región. A través de este análisis pretendemos llegar a conocer con más profundidad las principales características de este sector en nuestra región, más allá de la escasa información que puede proporcionar la poca información estadística que existe al respecto. Intentaremos profundizar en el comportamiento del sector, analizando desde su estructura básica: empleo, volumen de facturación, principales servicios ofrecidos, número de establecimientos, etc., pasando por las pautas de localización y llegando hasta las previsiones de comportamiento, y a la propia apreciación o evaluación del sector tanto por la oferta como por la demanda.

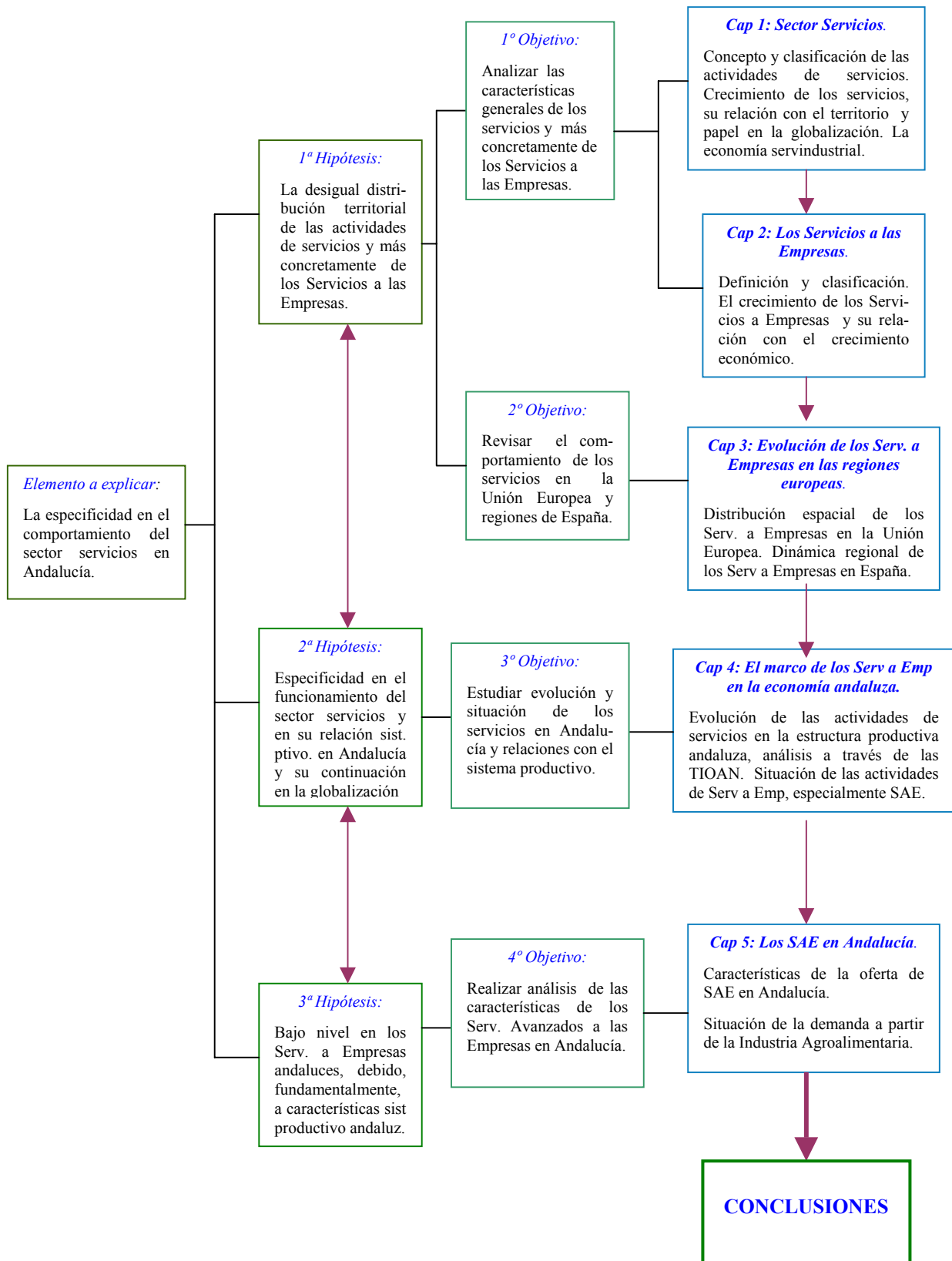
El estudio de la demanda, dado que ésta abarca todos los sectores económicos –desde la agricultura a las propias empresas de Servicios a las Empresas-, hemos optado por centrarlo en la Industria Agroalimentaria, por ser un sector de gran importancia en esta región. Para el análisis de la demanda nos hemos detenido en los motivos de la externalización y, lo que resulta fundamental para el tema que aquí estamos tratando, en el análisis de la dependencia externa de Andalucía respecto a la oferta procedente de fuera.

Por último, incluimos en la tesis unas **conclusiones**, en las que recogemos de manera sintética los aspectos más sobresalientes del análisis. También incluimos unos anexos en los que presentamos algunas cuestiones referentes a las clasificaciones de las actividades de servicios y de Servicios a las Empresas, algunas tablas obtenidas del análisis de las Tablas Input-Output, que por su tamaño hemos considerado mejor no insertarlas en el texto, así como los cuestionarios utilizados para encuestas⁹. Por último añadimos la bibliografía consultada.

En el siguiente esquema sintetizamos la organización del presente trabajo de tesis:

⁹ En las empresas en las que realizamos entrevistas, las cuestiones no fueron cerradas como en los cuestionarios que se enviaron para las encuestas, pero las preguntas fueron básicamente las mismas.

Esquema 1: Organización de la tesis.



Aspectos metodológicos.

Queremos señalar, que el contenido del presente trabajo representa un esfuerzo en aras a realizar una aportación, que pueda ayudar a explicar o comprender el problema de la existencia de desequilibrios territoriales y su relación con las nuevas tendencias llevadas a cabo para intentar recomponer el aparato productivo “capitalista” después de su quiebra tras la crisis de los setenta¹⁰. Esta crisis estructural es una crisis del modelo de desarrollo (Castell, 1995). Se siguen conservando los objetivos finales, pero es necesario organizarse de otro modo; es decir, es necesario un modo de regulación y un régimen de acumulación distintos. Como dice Delgado (1999), esto da lugar a un proceso de “reestructuración” como estrategia que se pone en marcha en el sistema para conseguir los mismos objetivos que antes, pero superando los obstáculos que se oponen a su consecución.

La incorporación del componente espacial responde al interés de analizar la importancia del impacto diferencial de la crisis en los distintos territorios, y los resultados observados desde el punto de vista de los desequilibrios territoriales y su manifestación en el contexto de la globalización. El ajuste estructural surgido a raíz de la crisis de los setenta, en el que destaca la fuerte participación del desarrollo de los servicios –sobre todo Servicios a las Empresas y “terciario industrial”- provoca, entre otras cosas, una acentuación de las disparidades socio-espaciales que da lugar a un proceso de dualización o segmentación, que se manifiesta en muy diversos aspectos, como la división entre economía formal y economía informal, o entre mercado de trabajo primario y secundario, integración supranacional y descentralización, tecnópolis y desarrollo endógeno o desarrollo local, etc. Nosotros planteamos el análisis desde la visión de un sistema mundial único (Wallerstein, 1974, 1988; Amin, 1974; Sampedro, 1978) en el que una parte –la que ahora se corresponde con el “Centro”-, al desarrollarse provocó simultáneamente el subdesarrollo del resto –la “Periferia”-.

Más concretamente, centraremos nuestro análisis en el **ámbito regional**¹¹, y estudiaremos el comportamiento de una región “tradicionalmente agrícola”, de escasa o nula industrialización, y con un desarrollo hipertrofiado del sector servicios que, como ya indicaron algunos autores (Delgado, 1981), actúa más bien como sector “refugio” que como respuesta a los requerimientos actuales de funcionamiento del mismo en las economías de su entorno. Nos estamos refiriendo a **Andalucía**. Este trabajo se inserta, por tanto, en esta línea que aborda el estudio de la economía andaluza desde su situación de “dependencia” y marginación¹².

Una primera referencia al tema de los desequilibrios regionales, que partiendo de una

¹⁰ Nosotros asumimos que la crisis de los setenta no es una crisis coyuntural sino que marca un cambio histórico, como por ejemplo la crisis estructural del modelo de desarrollo fordista y el comienzo de la búsqueda de un nuevo orden –en línea con lo especificado por la Escuela Regulacionista Francesa (Aglietta, 1976; Boyer, 1986; Boyer et Durand, 1993; Lipietz, 1986)-.

¹¹ Nuestro análisis se basa en el estudio de una “región periférica” –Andalucía- situada en un espacio del “centro” –la Unión Europea-, pues como dice Amin (1974): “... *el desarrollo del capitalismo en todas partes conduce a desigualdades regionales*”.

¹² Como dice Delgado (2002), la división territorial del trabajo consolida de manera creciente a Andalucía como área de apropiación de recursos, frente a las economías “centrales”, “áreas de acumulación de capitales y productos” en palabras de Naredo (1999).

concepción del “subdesarrollo” como un proceso consustancial al “desarrollo”, nos sirve para explicar la diferente especialización en las actividades de servicios desde las distintas áreas –“centrales” y “periféricas”-, es la realizada desde la **Teoría de la Dependencia**¹³ y la **Teoría del Intercambio Desigual**¹⁴. Basándose en estas teorías, Delgado (1981) plantea su análisis de la especialización andaluza como región periférica y dependiente, dentro de la cual la especialización en las actividades del sector servicios no es la observada en las “regiones centrales” –caso de Cataluña y País Vasco-.

Esta diferencia en la especialización en las actividades de servicios desde los distintos territorios, como dijimos al principio, no sólo sigue existiendo, sino que, además, se ve acentuada por los cambios en la organización productiva tras la crisis de los setenta, y de manera más intensa a partir de las adaptaciones requeridas por la creciente competencia a escala mundial a raíz de la denominada “globalización”. Este aumento extraordinario de la competencia entre empresas, países y regiones, ha obligado a una reorganización funcional y espacial de la producción. Este proceso de reorganización funcional –separación de funciones: por un lado las actividades manufactureras propiamente dichas, y por otro las de gestión y control- y espacial –las funciones de orden superior se concentran en los centros económicos principales, y las "manuales" se desplazan a la “periferia”- de la actividad económica, así como el desarrollo de las Nuevas Tecnologías, según Petit (1987), han determinado el crecimiento de los Servicios a las Empresas en un doble sentido:

- Han favorecido la aparición de nuevas tareas en la organización de la producción, es decir nuevos servicios.
- Han posibilitado la utilización de procesos de producción externos a las empresas para realizar estas nuevas tareas.

El reciente proceso de desarrollo de los Servicios a las Empresas como forma autónoma de constituir empresas, inicia otra etapa de importantes consecuencias socio-territoriales. El desplazamiento de actividades “terciarias” antes realizadas en el interior del sector industrial, hacia la constitución de estas actividades como parte del sector servicios, provoca la revalorización social de los individuos¹⁵ y del territorio donde se asienten.

Por un lado, el desarrollo y la localización de estas actividades está en parte

¹³ Esta teoría, que se inició en América Latina (CEPAL), tiene entre sus principales precursores a R. Prebisch y C. Furtado, así como, desde nuestro país a J.L. Sampedro, R. Martínez Cortiña, etc.

¹⁴ Realmente, los autores considerados dentro de esta teoría –Amin (1974), Emmanuel (1973) y en cierta medida Wallerstein (1974)- toman la mayoría de los conceptos de la Teoría de la Dependencia y, como dice Coq (2001), su aportación es precisamente teorizar un cuadro de análisis que se puede aplicar al conjunto de realidades periféricas.

¹⁵ El cambio de adscripción profesional como trabajadores industriales hacia trabajadores del sector servicios puede tener como reflejo un cambio de mentalidad colectiva de estos individuos, causado por el significado que socialmente se otorga a las actividades de servicios de alto contenido cualitativo. Aquí hay que tener en cuenta que al valor peyorativo que en nuestras sociedades se suele otorgar al trabajo manual, se enfrenta la sobrevaloración que se pretende conceder al trabajo considerado intelectual o de alto contenido tecnológico.

condicionada por la estructura industrial¹⁶ de la región a que nos refiramos¹⁷. No podemos olvidar que, como su nombre indica, son Servicios *a las Empresas*, y dentro de éstas son principalmente las industriales las principales consumidoras de los mismos. Como dicen Méndez y Caravaca (1996), han sido muy diversas las interpretaciones teóricas que han intentado explicar la elección empresarial de la localización industrial. En este sentido, destacamos las que centraron su atención en la lógica de unas relaciones de poder que han ido articulando, a lo largo de la historia, distintas formas de dominación/dependencia en la organización de la producción, dejando también su huella en el espacio, al que consideran como un producto social (interpretación estructuralista-marxista) (Pred, 1967; Smith, 1981; Massey, 1972, 1984; Massey y Meegan, 1985).

Dentro de las grandes tendencias disciplinares en el tratamiento de los servicios¹⁸, en el seno de la **economía regional y urbana**¹⁹ se han estudiado los efectos del crecimiento de los servicios, y especialmente los Servicios Avanzados a las Empresas y su extraordinaria concentración en determinadas regiones y ciudades “centrales”. Esta concentración provoca una transformación del espacio económico, que se ha relacionado con la internacionalización de la economía, con la división internacional, técnica y espacial del trabajo, con el cambio tecnológico y el potencial de innovación, o con la emergencia de la economía informacional.

El aumento en las disparidades regionales en la etapa de la globalización, está relacionado con la alta concentración de las actividades de Servicios a las Empresas²⁰, la cual es netamente más acentuada que la industrial, sobre todo para aquellos servicios con más alto contenido estratégico e innovador –es decir, los denominados Servicios Avanzados a las Empresas-. Este fenómeno se ha explicado generalmente en base a dos argumentaciones: la organización jerárquica de las grandes empresas²¹ y las particulares

¹⁶ Aunque, como comentaremos, la concentración de estas actividades es superior a la industrial.

¹⁷ Martinelli (1989, 1991, 2000) así lo pone de manifiesto en su estudio para el Mezzogiorno en Italia.

¹⁸ Según Sáez (1993) son cuatro: la corriente neoclásica, la corriente de la sociología política, las tendencias neoricardianas y la economía regional y urbana.

¹⁹ Lipietz (1978), Marshall (1988), Coffey y Polèse (1987, 1989, 1991), Martinelli (1989, 1991, 2000), O’Farrell, P.N. y Hitchens, DMWN. (1990), Perry (1990, 1991, 1992), Sassen (1991, 1996, 1998), Marshall y Wood (1992, 1995), O’Farrell, P.N.; Hitchens, DMWN. y Moffat, LAR. (1993), Soy (1993, 1997), Polèse (1994), Bonamy y May (1994), May (1994), Zurbano (1996).

²⁰ En el tema de la localización de estos servicios podemos destacar las aportaciones de Coffey y Polèse (1987), Illeris (1991, 1994, 1996, 1997), Martinelli (1991), Monnoyer y Philippe (1991), Daniels y Moulaert (1991), Bonamy y Valeyre (1994), Barcet y Bonamy (1994, 1997), Jayet (1994), Soy (1993, 1997), Mérenne-Schoumaker (1996), Rubalcaba (1996), Rubalcaba y Cuadrado (1997), en general. Como estudios más concretos destacaremos a Marquand (1979), Daniels (1985), Green y Owen (1985), Marshall y Wood (1995) para Inglaterra; Martinelli (1984, 1989, 1991, 2000), Del Monte y Giannola (1984) para Italia; Lipietz (1980), Monnoyer y Philippe (1985, 1991) para Francia; Bade (1985) para Alemania; Stanback y otros (1981) y Clark (1985) para Estados Unidos, Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado (1998) para la Comunidad de Madrid, Martínez, Rubiera y otros (2002) para Asturias, etc.

²¹ Como dicen Amin y Robins (1994) “*Las discusiones sobre el espíritu de empresa de los artesanos, sobre la desintegración y la localización de las empresas, no deben enmascarar el poder y la influencia crecientes del capital global, industrial y financiero. Las empresas multinacionales son los verdaderos actores y artífices de la economía mundial*”. (Las negritas las hemos añadido nosotros).

Por su lado, Martinelli y Schoenberger (1994) demuestran que, aunque la organización flexible de la producción es uno de componentes esenciales del nuevo régimen de acumulación, sus estructuras sociales

economías de aglomeración debidas a las transacciones de servicios.

Según un cuerpo teórico ya consolidado²², el modo de organización jerárquico de las grandes empresas multilocalizadas se traduce en una *división espacial del trabajo* igualmente jerárquica, la cual tiende a estandarizarse, mientras la producción más innovadora y, principalmente las funciones estratégicas y de decisión –planificación estratégica, I+D, diseño industrial, etc.- se concentran en pocas áreas metropolitanas “centrales” (Sassen, 1991; Martinelli, 1991c, 2000; Polèse, 1994; Monnoyer, 1996; Illeris, 1997; etc.), de rango nacional o internacional.

Alrededor de estas áreas, debido en parte a la actuación de fuertes *economías de aglomeración* originadas por las particulares necesidades de comunicación rápida y directa entre proveedor y consumidor del servicio²³, especialmente en aquéllos con más alto contenido estratégico e innovador, se localizan y desarrollan las actividades autónomas de servicio. Así, siguiendo a Martinelli (1989), podemos decir que se realiza en estas áreas una integración dinámica entre demanda y oferta de servicios, servicios internos y servicios externos, servicios “superiores” y servicios “tradicionales”, determinando la clásica sinergia del círculo virtuoso de desarrollo.

En un nivel intermedio estarían aquellas regiones con una fuerte especialización y/o integración productiva, en las cuales, en ausencia de grandes centros de decisión, llega a producirse un proceso de moderna división del trabajo y a desarrollarse una relativa oferta local de servicios. En cambio, en las regiones más “periféricas”, donde existen estructuras productivas poco integradas y/o dependientes de las grandes empresas de fuera de la región, el desarrollo de los Servicios a las Empresas es limitado o inexistente²⁴.

Sobre los limitados efectos inducidos de las instalaciones descentralizadas de las grandes empresas multilocalizadas –sucursales- en las regiones periféricas, se han realizado numerosos estudios²⁵. Estos análisis ponen de manifiesto cómo en la división espacial del trabajo realizada en las grandes empresas, los establecimientos de la periferia poseen una escasa autonomía de decisión, estando por lo general muy integrados verticalmente, estando orientados a la producción de masa para los mercados no necesariamente locales y manteniendo relaciones privilegiadas con la empresa matriz, incluso también para las adquisiciones de bienes intermedios no producidos internamente y para la distribución del producto final. Por tanto, se muestra una escasa

y espaciales son diversas y variadas y no se limitan a los distritos industriales regulados por la competencia a pequeña escala. A su vez, opinan que nada en este nuevo régimen logrará realmente invertir la evolución a largo plazo hacia un sistema productivo jerarquizado y con formas de competencia oligopolistas.

²² Véanse Hymer (1972), Westaway (1974), Pred (1977), Lipietz (1980), Cohen (1981) y Friedmann (1986).

²³ Sobre el papel de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la localización de las oficinas puede consultarse Daniels (1985, 1991), Castells (1989), Martinelli (1991), Monnoyer y Philippe (1991), etc.

²⁴ Sassen (1991, 1996, 1998), Martinelli (1989, 1991, 2000).

²⁵ Podemos destacar Firm (1975), Hoare (1978), Britton (1980), O'Farrell (1980), Marshall (1982, 1988a), Dicken (1976, 1992).

propensión a activar vínculos con la economía local, independientemente de la fase del proceso productivo a que se haga referencia, con limitados efectos sobre el desarrollo de la empresa local, sobre la integración productiva y sobre la difusión de “saber hacer” en la región de asentamiento.

Estas argumentaciones enlazan con la formulación de la denominada “teoría de la nueva división internacional del trabajo” operante en la gran empresa multinacional (Martinelli, 1989). A este respecto es importante señalar que el proceso de descualificación-estandarización-desconcentración de la producción, sostenido como hipótesis por esta teoría, no es generalizable. Asimismo, las empresas multinacionales no son la única forma de organización del capital (Massey, 1984). Sin embargo, como indica Martinelli, esta aproximación resulta válida cuando se analiza una realidad productiva fuertemente caracterizada por aquel tipo de inversiones, como es el caso de muchas regiones periféricas como el Mezzogiorno.

La mayor parte de esos estudios que hemos citado, consideran sobre todo las transacciones “materiales” y los aspectos relativos al “spin-off” tecnológico. Sin embargo, en el estudio de Martinelli (1989) se sostiene la tesis de que el “cortocircuito” (Britton, 1980) entre empresa exógena y economía local sucede también y sobre todo por las *transacciones de servicio*²⁶ y, en particular, por todos aquellos servicios con alto contenido estratégico e innovativo: planificación, I+D, informática, marketing, etc.

Siguiendo en la línea de la Teoría de los desequilibrios regionales, una de las corrientes de pensamiento que han coadyuvado la incorporación del tiempo en el sentido histórico y del espacio como espacio social –tal como expresa Márquez Guerrero (2000)- es la **Teoría de la División Espacial del Trabajo**²⁷. Esta teoría se basa en la consideración de la heterogeneidad del trabajo y en su capacidad como factor de estructuración del espacio. Como señala Márquez Guerrero (2000), el punto de partida del análisis es la constatación de la existencia de jerarquías espaciales que oponen los “centros”, con un alto nivel de cualificación y poder a las “periferias”, subordinadas y condenadas al ejercicio de tareas rutinarias²⁸. Siguiendo a Sayer y Walker (1992), pensamos que la **división del trabajo** proporciona un soporte indispensable para analizar la teoría de los servicios. De hecho, este enfoque nos ayuda a explicar el distinto comportamiento del sector servicios en las “regiones periféricas”, objetivo de la tesis.

La división del trabajo no es un fenómeno actual, sin embargo se ha visto acentuada recientemente con la complejidad de determinadas tareas. En cierta medida, y con el doble objetivo de la reducción de costes y el aumento de la eficiencia, esto ha dado lugar a que muchas empresas hayan externalizado ciertas actividades de servicios, que

²⁶ En este mismo sentido podemos citar también los trabajos de Coffey y Polèse (1987), Lavin (1991), Keeble, Bryson y Wood (1991), Noyelle (1991), Dunning (1993), O’Farrell, P.N.; Moffat, L.A.R. y Hitchens, D.M.W.N. (1993) y Roberts (1998, 1999).

²⁷ Esta teoría está asociada a la corriente marxista del pensamiento económico. Surge fundamentalmente en Gran Bretaña –Massey, 1984; Massey y Meegan, 1985- y en Francia –Aydalot, 1983, 1986-. Según Coq (2001), su máximo referente a nivel de teorías del comercio internacional es la obra de Frobel, F. et alia (1980), *The New International Division of Labour*.

²⁸ Acerca de la relación entre la división social del trabajo y el desarrollo de las actividades de Servicios a las Empresas puede consultarse Goe (1990, 1991), Moulart, Martinelli y Dejellal (1991), Sayer y Walker (1992), May (1994).

ahora pasan a ser realizadas fundamentalmente por PYMEs o por profesionales independientes. Por tanto, esta nueva organización económica, en que se multiplican las PYMEs y los profesionales independientes, según Mérenne-Schoumaker (1996), no es extraña a la nueva organización del trabajo de donde surgen varias tendencias: la precarización creciente de nuevos empleos –en relación directa con la flexibilidad-, el crecimiento de las desigualdades salariales, la debilitación de las solidaridades colectivas, el peso creciente de la cualificación social –o capacidad de un individuo para integrarse en un grupo-.

Basándonos en los planteamientos teóricos que hemos citado, y concretamente para el estudio de los Servicios a las Empresas en Andalucía –caracterizada como “región periférica”-, seguimos la línea utilizada por Martinelli en Italia, en su estudio del comportamiento de este sector en una región “periférica”, como el Mezzogiorno. Así mismo, y desde otra realidad, pero con semejante esquema conceptual, hemos considerado la línea de Zurbano en su estudio de este sector en una región de antigua industrialización como la Comunidad Autónoma del País Vasco.

El interés central de esta tesis consiste en continuar el estudio comenzado por Delgado acerca de las especificidades en el desarrollo de la economía andaluza, centrándonos en el papel que los servicios, y concretamente los Servicios Avanzados a las Empresas, cumplen en el seno del sistema productivo andaluz.

La elección como objeto territorial de análisis de la **economía andaluza** responde a un doble motivo. Por un lado, nos guiamos por la hipótesis ya adoptada en su momento por Zurbano (1996), que considera que las principales transformaciones en el ámbito de la división espacial del trabajo –también en los Servicios a las Empresas- se entienden a partir de los cambios que tienen lugar en la organización espacial de las relaciones capitalistas de producción, es decir, en el desarrollo y reorganización de las *estructuras espaciales de producción*²⁹, según la denominación de Massey (1984).

La región, por tanto, es concebida como un espacio en el que se desarrolla una articulación específica de diversas estructuras espaciales de producción. Las diferentes formas en que la actividad económica puede hacer uso del espacio pueden dar lugar a distintos efectos en regiones concretas, así como estructuras de diferenciación alternativas y desigualdades interregionales, aunque sin olvidar la importancia que tiene la singularidad de cada región. Así, los distintos tipos de estructura espacial son el resultado de un proceso histórico. Además, la actividad económica de cada región tiene un papel específico que coexiste con ciertas relaciones de dominación y subordinación con la actividad económica de otras áreas.

Por otro lado, como hemos comentado, pretendemos continuar la línea de investigación comenzada por Delgado sobre la economía de nuestra región, que es también la línea prioritaria del grupo de investigación que él dirige y al que pertenezco: AREA (Análisis Regional y Economía Andaluza).

²⁹ Las estructuras espaciales de producción son las diversas formas en que la estructura social de la economía y las relaciones sociales de producción se desarrollan en el espacio, las cuales vendrán determinadas por la articulación dada entre otras estructuras espaciales y las preexistentes características de la estructura a que nos referimos.

La elección del objeto sectorial responde a varios motivos. Por un lado, hemos comentado que los cambios producidos en la división y organización del trabajo, especialmente a raíz de la crisis, han puesto de manifiesto la importancia del sector servicios, produciéndose una reorientación productiva que lleva a que los servicios ocupen las primeras posiciones en el empleo y la producción en la mayoría de los países “capitalistas”. Pero, como ya hemos dicho, en la globalización, son precisamente los Servicios a las Empresas, y dentro de ellos las actividades más conectadas con las Nuevas Tecnologías y con las funciones de decisión y control, los que se han mostrado como más estratégicos y se han concentrado en las “áreas centrales”, contribuyendo a que se agraven los desequilibrios territoriales.

Por otro lado, estaba el hecho de que el sector servicios posee un peso creciente y cada vez más importante en nuestra economía regional, pero con unas características muy diferentes a las de otras zonas de nuestro entorno, consideradas como “regiones centrales”.

Dado que el sector servicios no es homogéneo y que el comportamiento de las actividades que lo componen es muy distinto en algunos casos, para no entrar a cuestionar la clasificación sobre actividades económicas³⁰, como dijimos al principio, nos basaremos en la distinción entre servicios al consumidor –aquéllos directamente dirigidos a la reproducción de la fuerza de trabajo- y servicios a la producción –que tienen como finalidad producir las condiciones económicas y sociales necesarias para la valorización del capital-.

Resumiendo, podemos decir que son tres los grupos de actividad considerados operativamente como objeto de estudio. De mayor a menor en la escala funcional de desagregación de actividades³¹, estaría en primer lugar el sector servicios en su conjunto, seguidamente las actividades de “servicios a la producción” y más concretamente los “Servicios a las Empresas”, y finalmente, como núcleo central de análisis, los “Servicios Avanzados a las Empresas”.

Fuentes de Información.

En la tesis que aquí presentamos hemos utilizado tanto fuentes de información primarias –entrevistas y encuestas realizadas directamente por la investigadora- como secundarias. Las fuentes primarias las hemos utilizado para el análisis de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, que presentamos en el capítulo 5, y la explicación sobre su realización la incluimos como último apartado de esta sección. También incluimos como anexo los cuestionarios que hemos utilizado en los casos en que las empresas no podían atendernos personalmente y contestaron por fax o por correo electrónico.

Las fuentes secundarias las hemos dividido, para su tratamiento en este apartado, en dos bloques:

³⁰ En los anexos 1 y 2 se hace referencia a algunas de las clasificaciones de las actividades de servicios, pero sin entrar a cuestionar su pertinencia.

³¹ Hemos de tener en cuenta el carácter arbitrario de las distintas clasificaciones. Nosotros no entraremos a discutir la pertinencia de las mismas, adoptando aquéllas que nos permitan las fuentes estadísticas disponibles.

- Al primero lo hemos denominado fuentes estadísticas básicas, y se desarrolla a continuación. En él se incluyen todas las estadísticas procedentes de organismos oficiales y privados, utilizados fundamentalmente en la elaboración del capítulo 3 y primera parte del 4.
- En el segundo bloque hemos considerado las Tablas Input-Output, cuyo tratamiento metodológico explicamos en el apartado siguiente al del bloque primero, y que hemos aplicado al análisis realizado en la segunda parte del capítulo 4.

“Necesitamos las estadísticas no sólo para explicar las cosas, sino también para saber con precisión qué es lo que hay que explicar” (Schumpeter, 1954).

Fuentes estadísticas básicas utilizadas³².

Si bien las actividades que componen el sector servicios representan en la actualidad más de la mitad de la producción y del empleo en las economías denominadas “capitalistas”, hay que resaltar la deficiencia de datos sobre el sector que se pretende estudiar en esta tesis, lo que ha obligado al uso de diferentes fuentes y procedimientos para poder llevar a cabo el objetivo aquí planteado.

- ◆ Por un lado, para el repaso a la situación de estas actividades en la Unión Europea, hemos acudido principalmente a las publicaciones de la OCDE –*Service Statistics on Value Added and Employment, Historical Statistics*- y de Eurostat (Oficina de Estadística de la UE) –*National Accounts ESA, Statistiques de Base, Labour Force Survey, Enterprises in Europe*-.
- ◆ Algunos de los datos para España se han extraído de algunas publicaciones del Instituto Nacional de Estadística –INE-, como son la *Encuesta de Población Activa* –EPA-, *Contabilidad Regional de España*, *Censos de población*, etc.
- ◆ Para las regiones españolas, así como para las provincias andaluzas, hemos utilizado como fuente la publicación del BBV: *Renta Nacional de España y su distribución provincial*. El análisis de los servicios en Andalucía lo hemos llevado a cabo a partir de los datos de las Tablas Input-Output³³ de Andalucía, así como otras publicaciones

³² En este apartado enumeramos las fuentes estadísticas que hemos utilizado principalmente, y hacemos una breve referencia a algunos aspectos metodológicos sobre los datos utilizados de la Fundación BBV, ya que son los que hemos empleado en mayor medida. Como en la mayoría de los casos hemos utilizado directamente los datos proporcionados por estas fuentes, para la elaboración de algunas tablas y gráficos que nos pueden ayudar en nuestra explicación de la realidad objeto de estudio, y estas fuentes tienen publicada la metodología aplicada –caso de la EPA, por ejemplo-, no entraremos aquí en detallar la misma. Nos detenemos en los siguientes apartados en explicar la metodología aplicada en el análisis de las Tablas Input-Output, porque en su tratamiento hemos optado por ejemplo por unas agregaciones que consideramos es necesario explicar para que se entienda mejor lo que estamos haciendo. En el caso de las entrevistas es imprescindible hacer referencia a algunas cuestiones que no se conocerían si no las explicitamos.

³³ Como ya hemos comentado, al tratamiento de las TIO le dedicamos un apartado, en el que destacamos algunos aspectos que consideramos de interés para situar correctamente el análisis realizado a partir de las mismas.

del Instituto de Estadística de Andalucía³⁴ –IEA-, como las referentes al Mercado de Trabajo.

- **BBV, *Renta Nacional de España y su distribución provincial***³⁵.

Hemos utilizado la serie homogénea: años 1955 a 1995 y avances 1996 a 1999, de la que hemos extraído datos para el ámbito nacional, para las Comunidades Autónomas, de cara a su comparación, y para las provincias andaluzas. Los datos utilizados, para los que incluimos aquí unas breves explicaciones sobre la metodología, son los de empleo total y valor añadido bruto al coste de los factores en millones de pesetas corrientes, y los índices de precios implícitos en el VAB, para calcular el valor añadido bruto al coste de los factores en millones de pesetas constantes de 1986.

El empleo total es la suma del número de empleos asalariados –número de empleos o puestos de trabajo asalariados de cada rama de la producción y cada provincia en el año de referencia, aunque el período trabajado sea inferior al año, incluyéndose, por tanto, los trabajadores de temporada y eventuales (incorpora el reempleo, los cambios de trabajo y el empleo no residente de quienes trabajaron en algún momento en la rama y provincia analizada)- y no asalariados –empresarios, autónomos y profesionales que trabajaron por cuenta propia, incluidas las ayudas familiares que no figuraron en nómina. Se incluyen los familiares que figuran en la Seguridad Social como autónomos- En general, el número de empleos totales de cada provincia será superior al número de personas ocupadas, ya que queda implícito el pluriempleo y los trabajadores no residentes en la provincia que realizaron trabajos remunerados en el año de referencia.

El VAB al coste de los factores es la cantidad que resulta de restar al valor de la producción –importe de los bienes y servicios producidos por cada rama calculada a los precios corrientes satisfechos- los costes de las materias primas y los productos intermedios y servicios adquiridos de otras empresas y sectores, evaluados según los precios pagados descontando el IVA soportado.

³⁴ El IEA cuenta, entre otras publicaciones, con el *Anuario Estadístico de Andalucía. 2001* (<http://www.iea.junta-andalucia.es/anuario/anuario01/index.html>), en la que incluye capítulos sobre población; mercado de trabajo; finanzas y actividad empresarial; etc. y macromagnitudes básicas; *Indicadores Económicos de Andalucía*, que recoge una batería de indicadores coyunturales a escala provincial, regional y nacional; o con el *Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA)*, que ofrece información estadística sobre la demografía, la sociedad, la economía y el medio ambiente de los municipios y provincias de la Comunidad Autónoma andaluza.

³⁵ El servicio de estudios del Banco Bilbao Vizcaya (BBV) –anteriormente Banco de Bilbao- viene elaborando y publicando desde 1958 y con carácter bianual su estudio titulado *Renta Nacional de España y su Distribución Provincial* (véase Alcaide, 1995). La elaboración del trabajo parte de las informaciones básicas publicadas por el INE, especialmente en su *Contabilidad Regional*, y *Encuesta Industrial* y otras fuentes estadísticas procedentes del Ministerio de Economía y Hacienda (*Informe Anual de Recaudación*), Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (*Estadísticas Agrarias*), Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (*Afiliación en alta laboral y Memorias del Instituto de la Seguridad Social*) y otras fuentes para distintas ramas y factores de producción. Se trata de una estimación realizada cada dos años, siendo el año 1955 el primer período de referencia. Aunque toma como referencia la metodología SEC-Reg, la estimación del PIB no sigue dicho esquema en el tratamiento dado a la “producción imputada de servicios bancarios”. (Para una revisión de las diferencias metodológicas entre la *Contabilidad Regional* del INE y la *Renta Nacional de España y su Distribución Provincial* del BBV, puede consultarse Gutiérrez Hernández, 1998).

La contabilidad elaborada por BBV/FIES, aunque reconocen que asumen básicamente las normas metodológicas del SEC –Sistema Europeo de Cuentas-, discrepa de forma sustancial de dichas normas en el tratamiento que dan a la operación “producción imputada de servicios bancarios³⁶” (PISB) –que en las estimaciones del BBV se denomina “intereses bancarios incluidos en el VAB”-. Esta discrepancia metodológica en la cuantificación y tratamiento dado a esta operación, se reproduce a nivel regional, y afecta tanto a la cuantía como al “momento” en el que se procede a su deducción (Gutiérrez Hernández, 1998).

Esas discrepancias hacen que no sea aconsejable realizar comparaciones entre los valores absolutos de los agregados regionales estimados por el INE y BBV/FIES. Por ello, nos limitaremos a utilizar una de estas fuentes, en este caso, como hemos indicado, hemos optado por la información procedente de las estimaciones del BBV. La información regional que ofrece la referida publicación del BBV es más amplia que la de la *Contabilidad Regional* del INE, tanto en el período temporal, como en el número de ramas. Las veinticuatro ramas que se analizan por el BBV son las incluidas en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: Ramas analizadas en la serie homogénea 1955-1995 por la fundación BBV.

RAMAS	Clasificación Nacional de Actividades Económicas	Tablas Input-Output
1. Agricultura	01 a 05	01
2. Pesca marítima	06	01
3. Productos Energéticos y Agua	11 a 16	02 a 11
4. Minerales y Metales	21 y 22	12 y 13
5. Minerales y Productos no metálicos	23 y 24	14 a 17
6. Productos Químicos	25	18
7. Productos Metálicos y Maquinaria	31 a 35	19 a 22
8. Material de Transporte	36 a 38	23 y 24
9. Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco	41 y 42	25 a 29
10. Textil, Cuero y Calzado	43 a 45	30 y 31
11. Papel, Artículos de Papel e Impresión	47	33 y 34
12. Madera, Corcho y Muebles	46	32
13. Caucho, Plásticos y Otras Manufacturas	48 y 49	35 y 36
14. Construcción e Ingeniería	50	37
SERVICIOS		
15. Recuperación y Reparaciones	62 y 67	38
16. Servicios Comerciales	61 a 64	39
17. Hostelería y Restaurantes	65 y 66	40
18. Transporte y Comunicaciones	71 a 76	41 a 46
19. Crédito y Seguros	81 a 83	47 y 48
20. Alquiler de Inmuebles	86	50
21. Enseñanza y Sanidad privadas	93 y 94	51 y 52
22. Otros Servicios para la Venta	84 a 87	49 y 53
23. Servicio Doméstico	98	57
24. Servicios Públicos	91 a 95	54 a 56

En el Tomo 1 de la *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, se incluye un apartado dedicado a metodología y fuentes estadísticas. Así mismo existe un

³⁶ Esta operación es la realizada por las instituciones de crédito en el ejercicio de su actividad de intermediarios financieros.

apartado en el que se explican los ajustes realizados para la estimación de las magnitudes correspondientes a las veinticuatro ramas productivas incorporadas a la serie homogénea, en el que podemos comprobar cuáles son las actividades que en cada caso se incluían en cada una de las ramas consideradas.

Algunas indicaciones metodológicas en el uso de las Tablas Input-Output.

Antes de hacer cualquier comentario acerca de los datos obtenidos en el análisis de las Tablas Input-Output de Andalucía, sería conveniente hacer referencia a algunas cuestiones metodológicas, que nos obligan a tomar con la debida cautela la interpretación de los datos que aquí se van a utilizar³⁷, principalmente en lo que se refiere a las comparaciones de los datos obtenidos a partir de la tabla de 1980 con los de la tabla de 1995³⁸. Para evitar, en la medida de lo posible, las repercusiones de los cambios de metodología aplicados en las valoraciones de cada tabla, para las comparaciones entre 1980 y 1995 nos referiremos a proporciones, de manera que la incidencia de los criterios de valoración no distorsione las conclusiones.

En nuestro estudio, salvo en algún caso para algunos datos de 1995 que no se comparan con los de 1980, como lo que aquí vamos a analizar son tendencias, y hemos comprobado que las variaciones en el Valor Añadido Bruto (VAB en adelante), producción intermedia, etc., que se producen, especialmente en el sector servicios, siguen siendo significativas se tengan o no en cuenta las diferencias metodológicas entre ambas tablas, teniendo la precaución de saber que pueden haber pequeñas variaciones en las cifras utilizadas, hemos optado por utilizar para cualquier posible comparación las tablas simétricas³⁹. Aunque, realmente es más correcto para comparar los datos de 1980 y 1995, utilizar las tablas de origen y destino a precios básicos y depurar con los impuestos netos sobre productos excluido el IVA⁴⁰.

Por otro lado, la Tabla Input Output de Andalucía (en adelante TIOAN) de 1980 estaba dividida en 64 ramas de actividad, de las cuales 11 corresponden a las actividades de servicios, mientras que en la tabla de 1995 se consideran 89 ramas, de las que de

³⁷ Por ejemplo, el cálculo de los coeficientes técnicos y los de mercado (Véase Pulido y Fontela (1993)).

³⁸ Además de las variaciones de precios, existen diferentes criterios de valoración. La tabla de 1980 está valorada a precios de salida de fábrica, mientras que la de 1995 utiliza el SEC-95 (Sistema Europeo de Cuentas), y presenta los datos valorados a precios básicos, es decir, eliminando los impuestos netos sobre productos, y a precios de adquisición, añadiendo los márgenes de comercio y transporte y el IVA no deducible.

³⁹ En las tablas de 1995 se dispone de las tablas de origen y destino –estas tablas contienen por filas los productos y por columnas las ramas de actividad-, más adecuadas para analizar los efectos directos u otro tipo de relaciones de primer orden, al depender los cálculos de menos hipótesis adicionales y ofrecer información más detallada. Para calcular los efectos acumulativos, es necesario utilizar la TIO simétrica.

⁴⁰ Esto es así, porque en la tabla de 1980, hasta lo que es el valor de la producción a precios salida de fábrica, para cuyo cálculo se ha incluido la fila de ajuste a la producción, en la que se suman y restan las producciones intermedias de otras ramas, la producción de cada rama incluye lo que produce de otras ramas y no incluye lo que otras ramas producen de sus productos. La tabla simétrica de 1995 ya está depurada, son ramas homogéneas y lo que aparece es lo que cada rama produce de su propio producto. Para ver esto con más detalle, véase el capítulo 2 del Volumen I del *Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía. Marco Input-Output 1995*, IEA (1999).

servicios son 38. Para la comparación de 1980 con 1995⁴¹, hemos considerado las diez ramas de servicios que recogemos en el cuadro 2 del anexo 3, en el que presentamos todas las correspondencias entre ramas.

La situación de los Servicios a Empresas, podrá ser analizada de forma algo más profunda en la TIOAN-95, en la que éstos se presentan desagregados en 10 ramas (de la 67 a la 76), de las que nosotros excluirémos las dos primeras –“Actividades inmobiliarias” (67), y “Alquiler de maquinaria, equipos y otros efectos” (68)-, considerando, por tanto, las siguientes:

- 69- Actividades informáticas;
- 70- Investigación y desarrollo;
- 71- Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.;
- 72- Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería, ensayos, etc.;
- 73- Publicidad;
- 74- Actividades de investigación y seguridad;
- 75- Actividades industriales de limpieza;
- 76- Actividades de servicios a las empresas.

De estas ocho ramas, las cinco primeras (69,70,71,72,73) vamos a considerarlas como Servicios Avanzados a las Empresas (SAE en adelante). Sin embargo, en la TIOAN-80, todas estas actividades (de la 67 a la 76) aparecen agregadas en una sola rama junto a “Servicios sociales y actividades asociativas” (82, 83 y 85), “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (86 y 87), “Actividades diversas de servicios personales” (88) y “Otros servicios destinados a la venta” (84 y 89), con lo que las conclusiones a que se aludan para la evolución de los Servicios a las Empresas, habrán de tomarse con las debidas precauciones, al disponer de una rama –Servicios personales e industriales- en la que se mezclan actividades que poco tienen que ver con los Servicios a las Empresas.

Por otro lado, hemos querido separar dentro de la industria, las actividades correspondientes a la industria agroalimentaria, del resto de actividades industriales. La correspondencia entre ramas utilizada es la recogida en el cuadro 2 del anexo 3 para las ramas que comprenden desde “industria cárnica” a “elaboración de cervezas y bebidas no alcohólicas”.

Existen dos limitaciones importantes en el análisis input-output, que afectan de manera particular al análisis que aquí pretendemos realizar. La primera es el insuficiente grado de desagregación de las tablas. La segunda, quizás la más importante de cara al análisis de las interrelaciones entre los servicios y el resto del sistema productivo, es que las tablas recogen únicamente los flujos de servicios contratados externamente por parte de los distintos sectores, y no recogen las actividades terciarias realizadas en el interior de cada uno de ellos (lo cual es especialmente relevante en el caso de la industria).

Para las posibles comparaciones de la situación de los servicios en Andalucía con lo que ocurre en el ámbito nacional, se utilizan las Tablas Input-Output para la economía española (TIOE) para los dos años correspondientes. La correspondencia utilizada entre

⁴¹ Basándonos en la correspondencia entre ramas de TIOAN-90 y TIOAN-80, establecida en la presentación de resultados de la *Contabilidad Regional y Tabla Input-Output de Andalucía 1990* (página 40) y en la correspondencia entre las ramas de TIOAN-95 y TIOAN-90, recogida en el anexo 2 del *Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía. Marco Input-Output 1995*.

las ramas de la TIOE-80 con la tabla andaluza de 1980 es la recogida en el cuadro 3 del anexo 3.

Para comparar la situación en 1995, la equivalencia obtenida para las ramas de servicios, así como para el resto de ramas, en las tablas española y andaluza a partir de su equivalencia con el Código de Actividades CNAE-93, se presenta en el cuadro 4 del anexo 3.

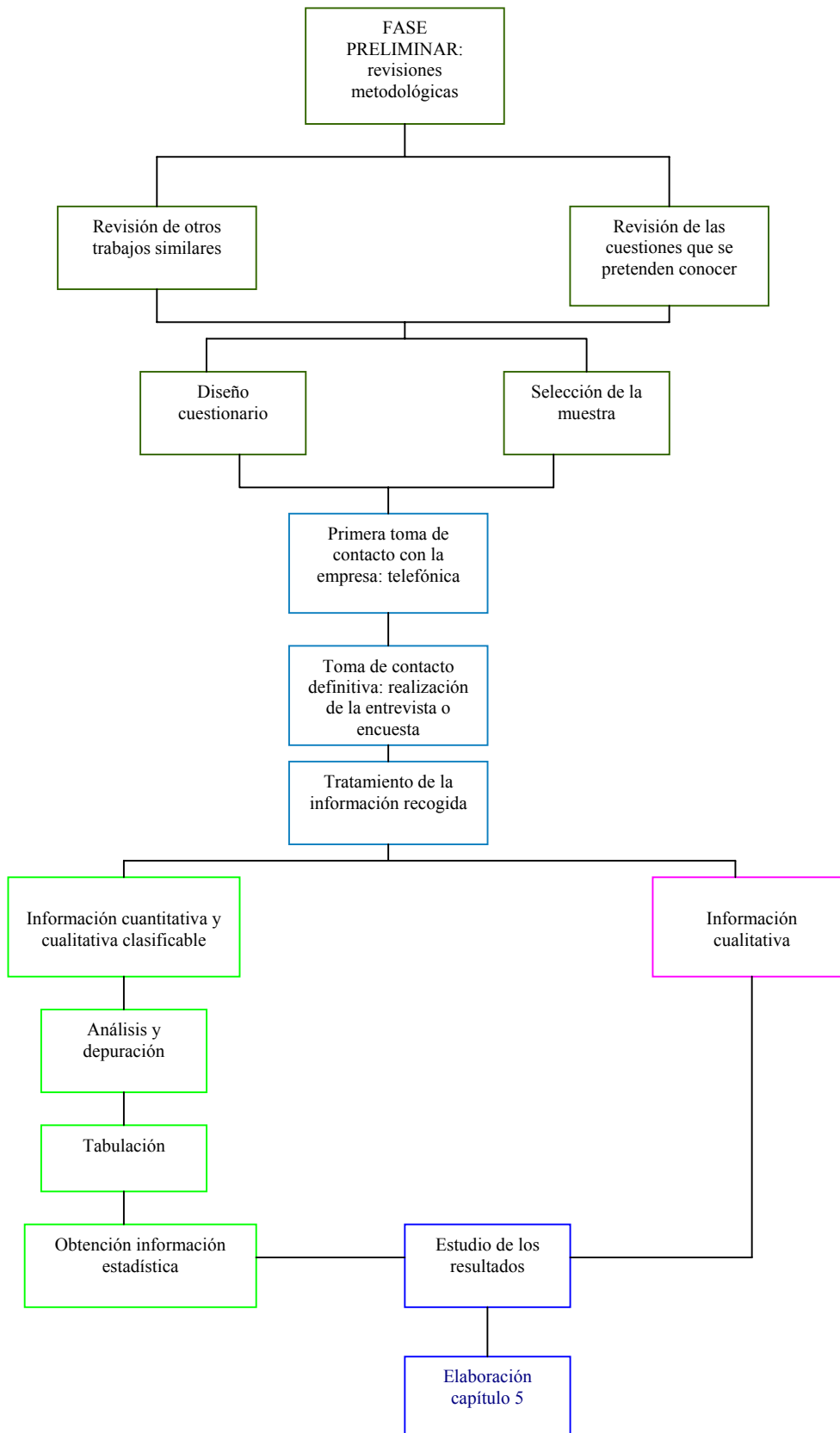
El proceso de diseño, realización de las entrevistas y tratamiento de las respuestas.

Seguidamente pasamos a describir el proceso seguido para el **análisis de la oferta** de Servicios Avanzados en Andalucía a través de las entrevistas realizadas, y por analogía en muchos aspectos, explicando las diferencias, las del análisis de la demanda.

Como paso previo al diseño del cuestionario y selección de la muestra, podríamos hablar de una fase preliminar en la que realizamos una serie de revisiones metodológicas que nos ayudasen en estas dos cuestiones. Por un lado, revisamos otros trabajos similares realizados sobre el sector de “Servicios a las Empresas” en otros lugares, analizando también algunos cuestionarios utilizados en otros estudios, que fueron facilitados por las personas u organismos que los diseñaron. Por otro, planteamos explícitamente algunas de las cuestiones que, en principio, pretendíamos contestar a través de las preguntas que se realizasen. Así, por ejemplo, pretendemos analizar la influencia que tiene en la prestación de estos servicios en Andalucía, el hecho de que la empresa oferente sea andaluza o tenga su sede central fuera de Andalucía; el tamaño de la empresa, tanto en volumen de facturación como en número de trabajadores, así como el hecho de poseer más de un establecimiento; el tipo de servicios ofertados; el tipo de clientes de estos servicios; y un largo etcétera.

El cuestionario (véase anexo 4), en principio fue diseñado con algunas preguntas cerradas. Por ejemplo, a la pregunta: ¿Pertenece su empresa a algún grupo o holding?; o a la pregunta sobre el tipo de Servicios Avanzados ofrecidos, indicábamos, en caso de que la respuesta en principio no fuese muy clara, los servicios que habíamos considerado en el estudio. En cambio, otras preguntas las dejamos abiertas a la respuesta de cada empresa, como por ejemplo, las preguntas referentes a los motivos de localización, o a los motivos por los que se inicia la actividad, así como todas las referentes a una opinión, como la de la “adecuada coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios” en Andalucía. Sin embargo, dado que algunas empresas solicitaron contestar por fax o por correo electrónico, diseñamos un cuestionario en el que facilitábamos su cumplimentación indicando, en la mayoría de preguntas, las posibles respuestas para que el empresario sólo tuviese que señalar la respuesta seleccionada.

En cuanto a la selección de la muestra, hemos seleccionado 100 empresas entre las 345 catalogadas en el SERAVAN-97. La selección de esta muestra la hemos hecho por cuotas, manteniendo los porcentajes de empresas por tamaño y localización geográfica. Es decir, hemos intentado que se mantenga la proporción de empresas en cada tramo de número de trabajadores, así como en su distribución espacial.

Esquema 2: Diagrama de realización del trabajo de campo. Caso del análisis de la oferta.

Fuente: Elaboración propia.

Los servicios ofrecidos los hemos seleccionado de una gama de 28 tipos de Servicios Avanzados y se han agrupado en 6 áreas funcionales: Recursos Humanos; Producción; Mercados; Gestión; Sistemas de Información; Estudios y Proyectos. A continuación se relacionan sucintamente algunas de las actividades que suponen los servicios que estamos considerando:

RECURSOS HUMANOS

- **Selección y Evaluación.** Búsqueda, selección y desarrollo de recursos humanos en la empresa (excluyendo las empresas de trabajo temporal). Valoración de puestos de trabajo, etc.
- **Formación.** Diseño y puesta en marcha de planes de formación, simulación de empresas, etc.

PRODUCCIÓN

- **Métodos y Tiempos.** Análisis de métodos y tiempos. Organización y mejora de la productividad.
- **Diseño industrial.** Diseño y desarrollo de producto. Sistemas CAD/CAM.
- **Estudios de Costes.** Análisis de costes y desarrollo de planes de optimización.
- **Ingeniería de Bienes de Equipo.** Ingeniería de procesos y sistemas eléctricos y electrónicos. Adaptaciones y diseños a medida de máquinas, herramientas.
- **Gestión de la calidad.** Diseño e implantación de sistemas de gestión de la calidad. Procesos de homologación y certificación.
- **Asesoramiento en I+D.** Asistencia técnica en procesos de innovación. Transferencia de tecnología. Propiedad industrial. Programas comunitarios de I+D.
- **Asesoramiento medioambiental.** Asistencia técnica en temas medioambientales.

MERCADOS

- **Imagen y Publicidad.** Servicios integrados de publicidad. Comunicación. Imagen e identidad corporativa.
- **Diseño Gráfico.** Diseño gráfico comercial y publicitario. Producción editorial y multimedia.
- **Estudios de Mercado.** Investigación de mercados y sondeos de opinión.
- **Asesoramiento en Comercio Exterior.** Orientación estratégica, asistencia técnica y apoyo logístico a la exportación e internacionalización de la empresa.
- **Asesoramiento en Logística.** Logística de aprovisionamiento y distribución.

GESTIÓN

- **Organización de Empresas.** Organización de empresas. Gestión directa a empresas.
- **Asesoramiento Económico-Financiero.** Análisis de inversiones. Planificación financiera.
- **Control de Gestión.** Implantación de técnicas de presupuestación y control presupuestario.
- **Planificación Estratégica.** Definición de estrategias corporativas y mecanismos de implantación.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN.

- **Implantación de Sistemas informáticos.** Implantación de sistemas informáticos y tecnologías de la información a medida.
- **Programación Informática.** Desarrollo de software estándar y aplicaciones a medida. Aplicaciones multimedia.
- **Implantación de Sistemas Telemáticos.** Implantación de sistemas de telemando y telecontrol. Internet, intranet, redes locales.
- **Centro de Cálculo y Bases de Datos.** Gestión de bases de datos. Difusión de información empresarial.

ESTUDIOS Y PROYECTOS.

- **Consultoría territorial y urbanística.** Ordenación del territorio. Urbanismo. Cartografía.
- **Localización de Plantas.** Asesoramiento en materia de localización de establecimientos empresariales.
- **Evaluación/Corrección de Impacto Ambiental.** Estudios de impacto ambiental. Corrección y regeneración del medio ambiente.
- **Ingeniería Civil e Industrial, Energía, Residuos, Edificación.** Obra civil. Ingeniería de Planta. Investigación minera. Planificación y ahorro energético. Hidráulica. Gestión y tratamiento de residuos. Estructuras y edificación.
- **Inversiones y Estudios de Viabilidad.** Asesoramiento técnico y económico a la inversión. Análisis de viabilidad. Asesoramiento en fusiones y adquisiciones.
- **Estudios Socio-Económicos.** Análisis económico y de sectores productivos. Desarrollo regional. Análisis de políticas públicas. Programas europeos.

Algunas de las empresas entrevistadas ofrecen servicios pertenecientes a más de un área, por lo que, para algunos de los análisis que requerían la separación de las empresas según el área de servicios ofrecidos, hemos incluido cada empresa en el área a la que pertenece su actividad principal. Hemos separado por un lado lo que es la información general de la empresa, de los datos pertenecientes al establecimiento analizado, para que en aquellos casos en que la empresa cuente con más de un establecimiento, tengamos información tanto del establecimiento como de la empresa en su conjunto.

Una vez diseñado el cuestionario y seleccionada la muestra de empresas, hemos realizado una primera toma de contacto con las mismas telefónicamente, en la que hemos explicado el objetivo del estudio. A partir de esta primera toma de contacto, hemos sabido quién sería la persona adecuada para realizarle la entrevista y, en la mayoría de casos, hemos determinado el día y hora de la misma.

Las entrevistas han sido realizadas entre el 16 de febrero y el 19 de julio de 2000. De las 100 empresas analizadas, a 80 las hemos entrevistado –a 60 hemos acudido personalmente al establecimiento y las otras 20 las entrevistamos por teléfono–, y de las 20 restantes, 7 enviaron sus respuestas por fax, 13 lo hicieron por correo electrónico. Los datos por los que hemos preguntado a las empresas están referidos al ejercicio 1999 y el cuestionario está recogido en el anexo 4.

Antes de pasar el cuestionario para su tratamiento, hemos procedido a analizar y depurar los datos. Algunas empresas nos facilitaron folletos y documentación con información más detallada de algunas de las cuestiones tratadas en la entrevista. Dicha información fue analizada para incluir la que estimásemos que aclaraba o ampliaba algunas

cuestiones. Asimismo, llamamos a algunas empresas, que en el momento de la entrevista no tenían disponible alguna información que nos facilitaron posteriormente.

Todos los datos obtenidos de las encuestas han sido procesados con el programa estadístico SPSS, realizando un formulario tipo al que adaptar las distintas respuestas obtenidas. A las preguntas cuya respuesta posible es “sí” o “no”, se ha valorado con 0 si “no hay respuesta”, 1 si la respuesta es “afirmativa” y 2 si es “negativa”. Así, por ejemplo, para cada tipo de servicio considerado, dependiendo de si es o no ofrecido por la empresa, hemos utilizado esta valoración.

En las respuestas con varias opciones de respuesta, hemos hecho equivaler cada respuesta con un número. Por ejemplo, para la localización de la sede central, 0 = no contesta, 1 = Almería, 2 = Cádiz, 9 = Madrid, 10 = Barcelona, 15 = provincia de Córdoba, etc. Para las preguntas referentes a fecha de inicio, número de trabajadores y volumen de facturación, además de las correspondientes columnas con los números exactos en cada caso, hemos añadido columnas para clasificar las respuestas por tramos. Por ejemplo, 1 = de 1 a 5 trabajadores, 2 = de 6 a 10, etc.

De las últimas preguntas referentes a opiniones, además de considerar la respuesta literal en cada caso, hemos establecido una clasificación de estas respuestas. Para las preguntas a cuyas respuestas les hemos podido hacer equivaler un número, hemos obtenido las frecuencias correspondientes para poder evaluar los datos. Con los resultados obtenidos hemos realizado clasificaciones de estos datos y hemos procedido a efectuar los comentarios que hemos estimado que servían para explicar la realidad en estudio. Hemos elaborado algunas tablas y gráficos para facilitar la comprensión de estos comentarios.

El proceso para la realización de las entrevistas a las **empresas demandantes** ha sido bastante similar. También en este caso hemos realizado las oportunas revisiones metodológicas previas al diseño del cuestionario. En este caso, las principales cuestiones que pretendíamos resolver eran las relativas al uso de este tipo de servicios por las empresas andaluzas, y especialmente a la decisión de externalizar o realizar internamente estos servicios y, en los casos de externalización comprobar la procedencia geográfica de las empresas oferentes.

Para la demanda, nos hemos centrado en un sector: Industria Agroalimentaria, y ello por dos motivos: por haber sido, detrás de la Administración Pública, el sector identificado por las propias empresas oferentes como el principal demandante, y por ser, a su vez, un sector estratégico en la economía andaluza.

Para la selección de la muestra hemos utilizado el directorio de empresas del sector facilitado por el Instituto de Estadística de Andalucía para un estudio que se ha realizado dentro del grupo de investigación AREA sobre dicho sector. Dado que el número de pequeñas empresas es considerablemente superior que el de grandes, de manera que al seleccionar la muestra la representación de las grandes es ínfima, y dado que el comportamiento de éstas es totalmente diferente al de las pequeñas, para tener una representación efectiva de ambas, hemos seleccionado aparte un grupo de grandes empresas, eligiendo algunas de las empresas tradicionales andaluzas, hoy pertenecientes a grupos internacionales –por ejemplo, Cruzcampo, Puleva, etc.-, y algunas filiales de empresas multinacionales –por ejemplo CocaCola-. De este modo, hemos analizado 56 empresas del primer grupo, y 8 de las grandes. Las siguientes fases han sido

equivalentes a las de la oferta. En este caso las entrevistas las hemos realizado durante los meses de octubre y noviembre de 2000, y marzo a mayo de 2001.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

CAPÍTULO 1
LOS SERVICIOS EN EL PROCESO DE
GLOBALIZACIÓN

Introducción

El recurso a los servicios es, seguramente, tan antiguo como la humanidad, por lo que merece la pena prestar atención a su evolución histórica, al menos desde los orígenes del pensamiento económico. Después de tres siglos de doctrina económica en los que se ha ido avanzando en el tratamiento de los servicios, que han sido también tres siglos de crecimiento de los mismos, la discusión sobre estas actividades ha ido cambiando, a la vez que han cambiado las condiciones económicas y sociales en que las mismas se han ido desarrollando. La consideración de los servicios como actividades productivas o improductivas¹ ha ido ligada a la consideración de “producción” a lo largo del tiempo. Así, cuando la producción se separa de lo físico es cuando empiezan a considerarse productivos los servicios.

La distinta posición que ocupan los diferentes territorios en el sistema capitalista mundial, en el que unas áreas se “desarrollan” –al especializarse en unas producciones– a costa de las otras (“periféricas”), favorecidas por la división capitalista internacional del trabajo y el intercambio desigual, no se ve sustancialmente modificado. Desde las “áreas centrales”, para el tema de los servicios, se ha venido decidiendo cuáles son las actividades de este sector que interesa potenciar en cada momento, dependiendo de la coyuntura internacional. Actualmente, como veremos a lo largo de este trabajo, son los Servicios Avanzados a las Empresas y, por ello, son precisamente estas “áreas centrales” las que se especializan en ellos y las que determinan las actividades “estratégicas” y las especializaciones “dependientes” de las “áreas periféricas”, todo ello favorecido por la actual situación de globalización económica.

En este primer capítulo analizamos el papel de los servicios en la economía, papel que ha ido ligado en cada momento a la doctrina de pensamiento dominante, la cual siempre ha estado en función de los intereses de los “países dominantes”. Por ello, empezamos por repasar la evolución que ha tenido la concepción que sobre los servicios se ha tenido a lo largo de la literatura económica, lo cual va a condicionar la consideración que actualmente se tiene de los mismos, así como la situación de la información estadística sobre este tipo de actividades. Los problemas metodológicos y de información subyacentes en la mayor parte de los análisis sobre la economía de los servicios han limitado la formulación de una teoría coherente y satisfactoria.

El crecimiento experimentado por estas actividades, especialmente significativo en las dos últimas décadas, ha sido explicado desde distintas ópticas, la mayoría de ellas representativas de la visión que se tiene del funcionamiento de este sector desde las “economías centrales”, señalándose mayoritariamente una serie de factores explicativos que responden fundamentalmente a la realidad de estas “economías centrales”, lo cual no es indicativo de lo que sucede en las “economías periféricas”.

Un tema de especial interés en la evolución y funcionamiento de las actividades de servicios es su relación con el territorio. Nos interesa destacar este aspecto, ya que en la tesis pretendemos demostrar el distinto comportamiento de estas actividades según nos refiramos a las “regiones centrales” o a las “regiones periféricas”.

¹ “La distinción entre trabajo productivo y actividad improductiva procede de la constitución de la ‘economía’ y de la ‘sociología’ en ‘ciencias’ diferentes, ambas incompletas porque sólo puede existir una ciencia social única, como lo afirma la crítica de la economía política de Marx” (Amin, 1974)

Asimismo, analizamos la evolución de las actividades consideradas dentro del sector, tanto en su participación en la producción como en el empleo, haciendo un breve repaso de los hechos que han desembocado en el actual proceso de globalización, para entender mejor el papel que desempeñan actualmente estas actividades en las economías de nuestro entorno. Uno de los aspectos al que dedicamos una atención especial es al comercio de servicios, debido a la importancia que tiene actualmente todo lo relativo a la internacionalización de estas actividades, y debido a que el intercambio desigual se sitúa en el origen de las diferencias de “desarrollo” de los distintos espacios (Amin, 1974; Amin, Bettelheim, Emmanuel y Palloix, 1990).

Otro aspecto de interés es la relación cada vez más estrecha entre industria y servicios, que ha llevado a muchos autores a hablar de una economía “servindustrial”. Los Servicios a las Empresas se justifican en la integración a nivel microeconómico entre bienes industriales y servicios, ya que, por definición, son servicios intermedios que se incorporan a los procesos industriales y a los bienes y servicios finales. Con esto enlazamos con el capítulo 2, ya referido expresamente a los Servicios a las Empresas.

1.1- La visión de los servicios en el pensamiento económico.

1.1.1- Introducción.

A finales de los años sesenta se generalizó la idea de que las economías avanzadas habían entrado en una nueva era en la que el Sector Servicios y las ocupaciones de servicios habían sustituido a la industria y al trabajo manual como motores del crecimiento económico (Fuchs, 1968). Posteriormente, una serie de trabajos sobre el sector (Stanback, 1979; Baró, 1990; Del Río, 1992b; Camacho, 1999; etc.) han cuestionado esta idea, destacando la importancia de las interrelaciones entre ambos sectores, y señalando la importancia que sigue teniendo el sector manufacturero en las economías actuales.

A nosotros nos interesa destacar que, al igual que antes de los sesenta la especialización productiva en los distintos espacios, junto con el intercambio desigual, habían favorecido el “desarrollo” de ciertas áreas a expensas del “subdesarrollo” de otras, esta situación se sigue dando, e incluso se agrava aún más, con la especialización en las distintas actividades de servicios. De modo que en las “regiones centrales”, estas actividades estarán más conectadas con las manufactureras y con las Nuevas Tecnologías, mientras que las “regiones periféricas” se especializarán en las actividades de servicios más tradicionales y de menor valor añadido².

Como podemos apreciar en las tablas 1.1 y 1.2, las actividades de servicios han visto aumentar su importancia a lo largo de estas últimas décadas, y testigo de ello es la

² Así, como dice Bettelheim (Amin, Bettelheim, Emmanuel y Palloix, 1990): “*La división capitalista internacional del trabajo conduce, por regla general, a la agravación de las desigualdades entre países, a una tendencia al desarrollo unilateral de cada uno de los países participantes, tendencia tanto más clara para un país dado cuanto más bajo es su nivel de desarrollo*”.

evolución de las cifras de VAB y, sobre todo, de empleo en los distintos países de la OCDE³.

Tabla 1.1: Porcentajes de VAB a precios de mercado

	1970			1996		
	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios
Francia	7,3	39,8	52,8	2,4	27,1	70,4
Alemania	3,3	50,6	46,1	1,0	32,5	66,5
P. Bajos	6,0	38,7	55,3	3,1	28,2	68,2
R. Unido	2,2	45,7	52,1	1,5	31,6	66,9
Media	4,7	43,7	51,6	2,0	30,0	68,0

Fuente: Eurostat (1998)

Tabla 1.2: Porcentajes de empleo por sectores en los principales países desarrollados.

	1870			1960			1984			1993		
	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios
Francia	49	28	23	21	36	43	8	32	60	5	28	67
Alemania	50	29	22	14	48	38	5	42	53	4	38	58
Japón	73	-	-	33	30	37	9	34	57	6	34	60
P. Bajos	37	29	34	11	41	48	5	28	67	4	24	72
Suecia	54	-	-	15	42	43	5	29	66	4	25	71
R. Unido	23	42	35	5	46	49	3	32	65	2	29	69
EEUU	50	24	26	8	31	61	3	25	72	3	24	73
Media	42	30	27	15	39	46	5	32	63	4	29	67

Fuente: Para 1870, 1960 y 1984: Elfring, T. (1988), *Service Employment in Advanced Economies*, Hants, Gower; para 1993: Eurostat (1995), *Statistiques de Base*, Luxembourg.

Dada esta importancia creciente de las actividades clasificadas como de servicios en las distintas economías, la literatura, primeramente la económica, así como en otras ciencias sociales (geografía, sociología, etc.), parece haber experimentado un interés creciente por su estudio. Sin embargo, a pesar de que la literatura reciente ha realizado importantes aportaciones teóricas que ayudan a aclarar los conceptos, lo cierto es que la falta de una trama analítica sistemática sigue pesando negativamente sobre el tema. Así, continúan incluyéndose dentro de los servicios toda una serie de actividades heterogéneas, a las cuales no se sabe con precisión dónde encajar.

A continuación realizamos un breve repaso a las distintas visiones de los servicios a través de las diferentes corrientes económicas. Esta evolución en la concepción de los servicios ha ido muy ligada a los cambios producidos en la forma de abordar la “Ciencia Económica⁴”, estando en todo caso muy vinculada al comportamiento del sector en las

³ Aunque se deben matizar ciertas generalizaciones realizadas a partir de los datos estadísticos. Más adelante haremos referencia a los procesos de externalización de ciertas actividades terciarias, así como a ciertos problemas referentes a la información estadística sobre el sector.

⁴ Así, la consideración de improductivos de los servicios estaba ligada a la concepción física de lo productivo que, por tanto, sólo podía ser posible en las actividades relacionadas con la agricultura y la industria. Cuando se separa la producción de lo físico empiezan a considerarse productivos los servicios. (Véase Naredo (1996) para un repaso de las distintas concepciones de “producción” a lo largo del pensamiento económico).

“economías centrales”, o a la visión que sobre el mismo se tiene desde estas áreas, que no se corresponde exactamente con lo que sucede en las “economías periféricas”.

1.1.2- Algunas aportaciones sobre el sector servicios desde el pensamiento económico.

Hasta hace poco tiempo el Sector Servicios era considerado como un sector marginal en el análisis económico⁵, al que se caracterizaba por exclusión de lo que se consideraban sectores principales de la economía. Es decir, se englobaba dentro del Sector Servicios, también denominado sector terciario, todo lo que no estaba dentro ni de la Agricultura ni de la Industria (Fisher, 1939; Clark, 1940). Actualmente, se puede observar que los servicios han cambiado de manera sustancial las estructuras económicas y sociales⁶. De hecho, recientemente, el peso alcanzado por los servicios dentro de las economías, principalmente las más industrializadas, ha hecho que se adquiriera un interés especial por este sector, prodigándose el número de estudios acerca del mismo. Vamos a distinguir en este epígrafe un apartado relativo a la concepción de los servicios hasta 1930⁷ y otro a partir de esta fecha⁸.

A) Principales aportaciones hasta 1930.

Del tratamiento dado a los servicios por los pensadores comprendidos entre el mercantilismo y los primeros clásicos podemos concluir que no existe ninguna aproximación sistemática ni global al papel y el significado económico de los servicios en las economías⁹, considerándosele un sector parasitario, que no contribuía a la generación de valor¹⁰.

El período clásico está influido por la distinción realizada por Smith¹¹ entre el trabajo productivo y el no productivo, relegando los servicios a esta segunda categoría, lo que

⁵ Para un repaso del tratamiento de los servicios a lo largo de la historia del pensamiento económico, véase Cuadrado y Del Río (1990 y 1993), Delaunay y Gadrey (1992).

⁶ Por ejemplo, la importancia social del hombre sobre la mujer, uno de los pilares de la estructura social tradicional, se ha visto transformada por el crecimiento del sector servicios y la importancia del trabajo femenino en el mismo. (Sayer y Walker, 1992).

⁷ Hemos incluido en este primer apartado, algunas aportaciones desde la óptica marxista que, aunque se realizaron con posterioridad a 1930 –período en el que hemos realizado el corte- consideramos su inclusión aquí por conectar con la línea argumental de la teoría de Marx.

⁸ Se ha elegido esta fecha, porque es a partir de los años 30 cuando los servicios empiezan a ser considerados de manera autónoma dentro del análisis económico.

⁹ W. Petty (1623-1687) y G. King (1648-1712) son de los primeros impulsores de los estudios estadísticos en economía y, en su intento de evaluación de la riqueza de Inglaterra desde un punto de vista contable, formularon las primeras clasificaciones de los servicios. El propio Petty afirmó en su momento que “*hay mucho más que ganar en la manufactura que en la agricultura y más aún en el comercio que en la manufactura*” (Petty, 1683 –citado en Cuadrado y Del Río, 1993-).

Los fisiócratas aceptaban que “*es el valor venal el que otorga a las producciones la categoría de riquezas*” (Quesnay, 1766) y que la única forma segura de incrementar el «valor venal» de las riquezas de un país era colaborando con la tierra en el acrecentamiento de sus frutos. Quesnay negaba que “*revender con beneficio sea producir*” pues para él, globalmente, “*el comercio no es más que el intercambio de un valor por otro igual [...]*” (Quesnay, 1766).

¹⁰ Según la concepción del “valor” que ellos tenían –Véase Naredo (1996)-.

¹¹ Smith (1723-1790) no se interesó excesivamente por los servicios en cuanto tales, pues su obra se inclina marcadamente hacia la industria o “manufacturas”. Cuando él se refiere a los servicios –o a las

incidirá en las actuales consideraciones de los servicios relacionadas con su baja productividad. Por su parte, Say (1767-1832) avanzó una serie de ideas en torno a los servicios, como las relativas al capital humano y a la sociedad postindustrial, que serían bastante apreciadas posteriormente. Heinrich Storch (1766-1835) desarrolló ideas sobre los servicios bastante diferentes de las de sus contemporáneos. Lo más interesante de su trabajo es que prestó atención a la interdependencia entre servicios e industria¹².

Por su parte, Marx (1818-1883) no desarrolló una teoría de los servicios como tal, sino que, como Smith, lo que escribió sobre los servicios fue incidental. Él estableció una doble tipología de servicios y la integró en su modelo interpretativo del capitalismo:

- En el primer grupo estarían los servicios de carácter personal (servicios médicos, educación, empleados domésticos, funcionarios del Estado, etc.), que se pueden ofrecer de forma individual o colectiva.
- En el segundo grupo se englobarían aquellas actividades de servicios que, o están muy directamente ligadas a la producción material (transporte de mercancías, reparación de maquinaria, etc.), o facilitan los intercambios del sistema productivo (comercio, seguros, servicios bancarios, etc.). En este segundo grupo algunas actividades son “productivas” como el transporte y los servicios de reparación, y otras son claramente “improductivas” como el comercio, las finanzas, etc.

Quizás la teoría marxista sea la que mejor permita conectar con lo que sucede en las “economías periféricas”. Los servicios son actividades que facilitan el funcionamiento del “capitalismo”, en el sentido de que permiten la realización del “excedente”. Pero esto es posible en las economías del “centro”, en las que los servicios están al “servicio” del funcionamiento del sistema de producción. En las “economías periféricas” no existe ese aparato productivo que necesita encontrar salida a la producción, y por ello los servicios tienen un carácter distinto, desarrollándose principalmente aquellas actividades más tradicionales, y que, en muchos casos, van a servir de “refugio” para la mano de obra excedentaria tras los procesos de mecanización en la agricultura y las reestructuraciones y reconversiones en la industria. Pero esta situación no surge espontáneamente, sino que es consecuencia de una serie de procesos que han venido sucediendo a lo largo de la historia.

Según Samir Amin (Amin, 1974 y Amin, Bettelheim, Emmanuel y Palloix, 1990), la forma contemporánea de la periferia se constituye a la sombra de la conquista colonial, la cual pone de nuevo en contacto, aunque con formas nuevas, formaciones sociales

funciones y oficios no agrarios ni industriales que existían en su sociedad- los enjuicia en función de sus teorías del valor-trabajo, del carácter material de la acumulación y de los intercambios, y de la contribución de los servicios a crear riqueza para la nación. Él calificó a los servicios como improductivos basándose en el carácter perecedero, no duradero, de la producción terciaria, lo que impide que pueda realizarse cualquier tipo de almacenamiento o acumulación, así como cualquier posibilidad de futuros intercambios. Estimaba que los servicios no contribuían a incrementar el volumen de intercambios, siendo la esfera del intercambio lo que centraba la atención de su teoría económica. La simultaneidad del acto de producción con el de consumo anula el valor (económico) del trabajo empleado. El problema de Smith es que confunde la materialidad del bien con su vida útil al definir un servicio como aquello que desaparece en el momento del consumo.

¹² Storch realizó dos observaciones que parecen bastante actuales: que la producción de un servicio necesita a menudo de la cooperación entre el productor del mismo y el consumidor, y que ellos tienen diferentes características de saturación.

diferentes: las del “capitalismo central” y las del “capitalismo periférico” en vías de constitución. Hasta la segunda guerra mundial, la división internacional del trabajo tiene impuestas formas “clásicas” por el sistema colonial. *“Las colonias suministran los productos de la ‘economía de tráfico’ (los productos agrícolas ‘tropicales’ suministrados por los países de ultramar); el capital europeo va a invertirse en la economía minera y en los sectores ‘terciarios’ ligados a esta valorización colonial¹³ (banca y comercio, ferrocarriles y puertos, deuda pública, etc.); los centros desarrollados suministran productos manufacturados de consumo”*.

Después de la segunda guerra mundial comienza un período de “*crecimiento deslumbrante del capitalismo del centro¹⁴*”. La política de “sustitución de importaciones” posibilita la instalación en la periferia de conjuntos industriales livianos, permitido por el suministro de bienes de capital por el “centro”. Pero las posibilidades de la sustitución de importaciones en la “periferia” se agotan; la crisis, entre otras cosas, origina un problema con los “excedentes” de producción en el “centro”, a los que es necesario dar una salida. Además de los cambios en los sistemas de producción, se producen importantes cambios en la especialización internacional.

En los ochenta se vive una extraordinaria revolución científica y tecnológica sin precedentes, que hace que los modos “clásicos” de la acumulación se vuelvan caducos. Ahora, la materia gris, que antes se consideraba el “factor residual”, pasa a ser el factor principal del crecimiento, de modo que las principales actividades en las que se especializan las “áreas centrales” –las más relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), como los Servicios Avanzados a las Empresas, entre otras-, ofrecen una participación mucho mayor al trabajo altamente cualificado. A su vez, a las “áreas periféricas” no les queda otra opción que especializarse en las producciones clásicas para las que no se requiere un nivel de cualificación elevado de la mano de obra.

Lo anterior se traduce, en el caso de los servicios, en que las “áreas centrales” se especializan en aquellas actividades más relacionadas con las NTIC, así como las que permiten la adaptación de su sistema productivo a los nuevos requerimientos de competitividad internacional, permitiendo la reproducción, no sólo de los modos de producción y comercialización (servicios de ingeniería industrial, diseño gráfico asistido por ordenador, marketing, leasing, etc.), sino también de los modos de vida característicos de las “sociedades desarrolladas” (servicios de ocio, atención a la tercera edad, etc.). Mientras tanto, la “periferia” pasa a especializarse en aquellos servicios más tradicionales, que requieren por lo general más mano de obra, pero sin necesidad de una especial cualificación (servicio doméstico, una parte importante de los servicios públicos, servicios de restauración, etc.).

Esta división de funciones entre las “regiones centrales” y las “periféricas”, representa una acentuación en la **división espacial del trabajo**, que se ve incrementada con el desarrollo de las actividades de servicios, principalmente con los denominados Servicios a las Empresas y, fundamentalmente los Servicios Avanzados. Así, las nuevas actividades de Servicios a las Empresas están desarrollando una división técnica del

¹³ Las negritas y el subrayado lo hemos añadido nosotros.

¹⁴ En palabras de Samir Amin.

trabajo¹⁵ interna con formas territoriales específicas, de la que se derivan tendencias de localización en el ámbito de estas actividades, que responden a algunas dinámicas externas, principalmente al desarrollo de las NTIC.

Según Massey (1984), este componente territorial delimita una estructura espacial que incorpora una jerarquía en las relaciones económicas de propiedad y una jerarquía técnica de producción. Así, en el caso de los servicios, las funciones más innovadoras, estratégicas y de decisión –aquí se sitúan las principales actividades de los SAE como planificación estratégica, I+D, etc- se concentran en pocas áreas metropolitanas “centrales”. Alrededor de estas áreas se desarrollan las actividades autónomas de servicio. Las regiones que cuentan con una fuerte especialización y/o integración productiva, en las que se produce un proceso de moderna división del trabajo y llega a desarrollarse una relativa oferta local de servicios, están en un nivel intermedio. Por último, en las “regiones más periféricas”, que cuentan con estructuras productivas poco integradas y/o dependientes de las grandes empresas de fuera de la región, el desarrollo de los Servicios a Empresas es muy limitado o inexistente, viéndose obligadas a especializarse en aquellas actividades de servicios más tradicionales y de menor valor añadido.

Además, el desarrollo de las actividades de servicios denominadas Servicios a las Empresas, se convierte en elemento determinante de la dinámica de competencia entre empresas, sectores y regiones. Como dice Walker (1984), el centro de la competencia contemporánea se sitúa más cerca de la producción material que de la actividad indirectamente productiva. Precisamente, en la mayoría de las “regiones periféricas”, la base industrial regional es débil, lo cual supone un freno importante al desarrollo de los Servicios a las Empresas, como ha puesto de manifiesto Martinelli (1989, 1991, etc.) para el caso del Mezzogiorno.

A partir de mediados del siglo XIX algunos autores orientaron sus trabajos hacia la casi total desaparición de las fronteras entre bienes y servicios, desapareciendo a finales del XIX la discusión relativa al trabajo productivo. Se pueden separar dos movimientos dentro de esta corriente. El primero dirigido a la descripción de las relaciones económicas de carácter capitalista como relaciones de servicios (destacando los trabajos de Bastiat¹⁶, Colson¹⁷, Marshall¹⁸ y Walras), mientras que el segundo reflejaba la expansión efectiva de las actividades específicas de servicios, a cuya cabeza se encontraban las relacionadas con el Estado, cuya actividad y presencia comenzaba a crecer sensiblemente.

¹⁵ Según Sayer y Walker ((1992), la división del trabajo proporciona un soporte indispensable para estudiar la teoría de los servicios, especialmente en lo que a su distribución espacial se refiere, de cara a explicar la situación de las “regiones periféricas” en relación con las del “centro”.

¹⁶ Bastiat (1801-1850) argüía que el trabajo humano no creaba materia sino que sólo cambiaba su forma. Para él toda actividad era un servicio, y todas las actividades eran consideradas productivas.

¹⁷ Colson (1853-1939) expresó las mismas ideas que Bastiat de que toda actividad era un servicio. La primera característica de un servicio era que es producido, igual que la riqueza. La segunda, que toda producción requería servicios: los servicios del trabajo, recursos naturales y capital. Tercera, como la producción nunca creaba materia sino que sólo la reordenaba, todas las empresas, independientemente del sector en el que operasen, estaban en la misma posición, ligadas al consumo y a otros servicios que necesitaban para su funcionamiento.

¹⁸ Con Marshall (1842-1924) se supera el debate sobre el carácter productivo o no productivo de los servicios, al preconizar un concepto más comprensivo y amplio de producción, poniendo de manifiesto que todas las actividades son productivas.

B) Algunas aportaciones a partir de 1930.

Es a partir de los años treinta, ya en el siglo XX, cuando los servicios pasan a considerarse de forma autónoma dentro del análisis económico, denominándosele sector “terciario”. Inicialmente, la teoría del sector terciario no fue asociada con la depresión y el desempleo que creció en los años treinta, sino más bien con las expectativas de crecimiento y cambios importantes en el desarrollo de las economías, con la planificación y la Contabilidad Nacional y con el comienzo de una fase en la que un número de economistas aludía a la acumulación intensiva del capital industrial. Serían Fisher, Clark y Fourastié los que contribuyeran a impulsar un giro en el tratamiento de los servicios. Los tres tienen en común su preferencia por los análisis de tipo empírico y el asociar el avance de los servicios al progreso técnico y a los cambios estructurales de la economía.

Fisher (1935) formuló la teoría de los tres sectores económicos en su obra: *The Clash of Progress and Security*, en la cual presenta el sector de servicios como el nuevo componente del sistema económico mundial. Fue, por tanto, este autor el primero en proponer una clasificación de las actividades económicas, a las que divide en primarias, secundarias y terciarias. A estas últimas las caracterizó por el hecho de producir bienes inmateriales. Basándose en la experiencia de la crisis económica de los años treinta, fue el primero en poner de manifiesto que el progreso técnico no sólo aparece ligado al cambio industrial, sino a la disminución de las necesidades de mano de obra en la agricultura y al consiguiente desarrollo de las actividades de servicios. Basó su explicación de por qué las actividades de servicios, y en particular los servicios al consumo, crecen en proporción más elevada que la economía en su conjunto, en la observación de que mientras más ricos eran los hogares, mayores eran los porcentajes de productos de servicios en su consumo total. Es decir, el consumo de servicios muestra una alta elasticidad renta, tendencia que es conocida como la "Ley de Engel".

Clark (1940) recogió las ideas de Fisher y, en su obra: *The Conditions of Economic Progress*, llevó a cabo una clasificación más elaborada¹⁹. En un momento posterior habló de “servicios” en lugar de sector terciario y concluyó que el elemento clave de la deformación de la estructura de la actividad económica en favor de los servicios era la “terciarización” de la demanda a causa del crecimiento de la economía en su conjunto, en concordancia con lo que viene a decir la Ley de Engel.

A partir de sus relevantes trabajos sobre la productividad, Fourastié (1949) llegó a la definición de un criterio de clasificación de las actividades económicas que, igual que los anteriores, puede ser criticable, pero que ya aparece fundado en un hecho constatable: la distinta evolución de la productividad según los sectores²⁰. Su análisis puso de manifiesto el cumplimiento en el sector terciario de la Ley de Engel y la presencia de un diferencial de productividad que permite que la producción por

¹⁹ Clark reconoció que en los servicios se integraban actividades muy heterogéneas, de forma que algunas se orientaban al consumo final, mientras que otras eran de carácter intermedio; unas empleaban bastante capital y otras eran claramente intensivas en factor trabajo.

²⁰ De forma que él distinguió dentro de las actividades primarias las que en un período dado experimentaban un crecimiento medio de la productividad; actividades secundarias aquéllas en las que el ritmo de crecimiento de la productividad era rápido o elevado; y actividades terciarias las que presentaban un ritmo de crecimiento de la productividad débil o incluso nulo.

trabajador en la Industria se eleve con mayor rapidez que en los Servicios y en cualquier otro sector económico.

La idea sobre la existencia de un vínculo entre la evolución de los Servicios y el cambio estructural de las economías como consecuencia del progreso técnico, manifestada por Fisher, Clark y Fourastié, fue olvidada hasta que a mediados de los sesenta algunos autores (Kuznets, Chenery, Taylor, Fuchs) acometieron de nuevo el análisis del cambio estructural que se había producido en algunas economías más avanzadas para poder conocer y explicar la evolución de los Servicios en relación con la Agricultura y la Industria, pero esta vez con una metodología analítica más depurada apoyada en la información estadística (Del Río, 1992).

La tendencia al crecimiento cuantitativo de los servicios, así como su diversificación en actividades cada vez más heterogéneas, son fenómenos que se pusieron de manifiesto a partir de los años treinta y que se afianzaron en los sesenta. En esta década se generaliza la expresión “servicios” frente a “sector terciario”²¹, y cobran especial auge las ideas y teorías postindustriales, principalmente de la mano de Galbraith, Touraine y Bell.

Durante el período 1965-1975, además de la escuela dominante de la *economía de servicios*, conocida como la escuela de la *sociedad postindustrial*, emergió la escuela de la *nueva sociedad industrial*, que integraba cada vez más los servicios en su modelo. Ambas escuelas reconocían la presencia de los servicios, pero con diferente énfasis y muy distinto papel. La sociedad postindustrial se estableció como escuela de pensamiento a principios de los setenta, principalmente a partir de la publicación de la obra del sociólogo Daniel Bell (1973): *The Coming of the Post-Industrial Society*. Pero, según Delaunay y Gadrey (1992), Fuchs es el pionero de la sociedad postindustrial²².

Una de las publicaciones más famosas del período 1965-75 fue un artículo publicado en 1967 por William Baumol²³, en el que analiza el crecimiento de los servicios desde el punto de vista de la crisis financiera en que habían incurrido un gran número de ciudades estadounidenses. Según su modelo macroeconómico de “crecimiento desequilibrado”, habrá un cambio gradual del empleo del sector progresivo al no progresivo, con el consiguiente descenso en la productividad total.

El inicio de la crisis económica internacional tuvo graves efectos en algunas ramas productivas, principalmente las industriales, y provocó cambios organizativos, institucionales y sociales. Aparecen otras corrientes interpretativas del “cambio estructural” y un proceso de mayor profundización en la dinámica del Sector Servicios.

²¹ Esta sustitución es algo más que una cuestión lingüística, pues el término “servicios” se refiere a actividades “terciarias”, pero desempeñadas en todos los sectores económicos.

²² Su libro *The Service Economy* (1968), fue el primer intento de estudiar los servicios por sí mismos y explicar su crecimiento relativo basándose en sus especificidades. Fuchs intentó mostrar que durante el período 1930-60 el cambio en el empleo hacia los servicios no era debido principalmente a los diferentes ratios en la elasticidad renta para los bienes y servicios, sino más bien a diferencias en los cambios de productividad (output por hombre).

²³ “Macroeconomics of Unbalanced Growth: The Anatomy of an Urban Crisis”, *American Economic Review*, 57, pp. 415-426. En su modelo distingue dos principales sectores de actividad económica: “sector progresivo” orientado hacia la tecnología, en el que las innovaciones, acumulación de capital y economías de escala, provocan un crecimiento de la producción per cápita –aquí estaría principalmente el Sector Industrial-; y “sector no progresivo” en el que hay un nivel estacionario de productividad –éste se refiere esencialmente a los Servicios-.

Con el transcurso de la crisis, la terciarización de la economía basada en la industria, que predominó en una primera fase, dio paso a una terciarización económica a pesar de la caída de la industria. Algunos autores concluyeron que la secuencia desagrarización - industrialización - terciarización, que había sido indicada por Fuchs (1968), había sido reemplazada por la de desagrarización - industrialización / desindustrialización - terciarización. Esto originó la adopción de un nuevo enfoque basado en los efectos de la “desindustrialización”, y cuyas aportaciones más relevantes son las de Galbraith (1967), Singelman (1974) y, sobre todo, Cairncross (1978) y Stanback (1979). Dentro de esta corriente que dominó en los setenta se pueden distinguir dos enfoques metodológicos:

- El primero se centra en la explicación del fenómeno de la “desindustrialización” a partir de la concepción agregada del Sector Industrial, en relación con los Servicios²⁴.
- El segundo, al tener en cuenta la naturaleza heterogénea del sector terciario, prima los estudios desagregados del mismo, y considera el proceso de cambio estructural experimentado por las economías, provocando un giro en los análisis, que pasaron a considerar de forma conjunta los procesos de terciarización y desindustrialización, como consecuencia de dicho proceso de cambio estructural así como de la creciente relación entre la Industria y los Servicios²⁵.

En los trabajos de Greenfield (1966), Stanback (1979), Ginzberg y Votja (1981) se definen los servicios a la producción como servicios básicamente destinados a la demanda intermedia. Estos trabajos concluyen que el crecimiento del empleo terciario es debido, en gran parte, a un aumento de la integración de los servicios en el sistema productivo, y que esta mayor integración entre los dos sectores debe ser atribuida al crecimiento de los servicios destinados a la industria. Entre las razones que explican esta progresiva integración entre la industria y los servicios destacan los avances tecnológicos y el proceso de externalización de determinadas funciones de servicios.

Los cambios producidos no parecen corresponder con una transición hacia una economía de servicios, en el sentido de la sociedad postindustrial de Bell, sino que constituyen un reflejo de la existencia de cambios estructurales en el proceso de producción de bienes industriales, produciéndose cada vez más una integración entre la Industria y los Servicios. Momigliano y Siniscalco (1980), utilizando la técnica analítica Input-Output, ponen de manifiesto esta progresiva integración entre la industria y los servicios en la economía italiana. Ésta es la primera aportación realizada en este sentido, y será continuada por una serie de trabajos como los de Caselli y Pastrello (1984), Pellegrini (1988), Barò (1990), Del Río (1992 b), etc.

Los anteriores trabajos han sentado las bases para la aparición de una nueva corriente del pensamiento, denominada "neointustrial", que tiene muy en cuenta la cada vez más

²⁴ En este enfoque podemos distinguir tres grupos de teorías que intentan explicar, de forma diferente, el fenómeno de la desindustrialización: la teoría de las etapas de Rostow; un grupo de teorías que intenta explicar la desindustrialización como una consecuencia lógica del proceso de innovación tecnológica –las innovaciones provocarían una reducción de la fuerza laboral y de las inversiones en la industria, que se correspondería con un aumento de la ocupación en el sector terciario-; y un último grupo que lo entiende como un proceso de desplazamiento del sector industrial por el sector público. En este último grupo se encuentran autores como Bacon y Eltis (1976), Bowles y Gintis (1981).

²⁵ Esta relación creciente entre la Industria y los Servicios cada vez se hace más evidente con la presencia de los denominados servicios a la producción.

estrecha interrelación entre la Industria y los Servicios, y que ha contado con dos elementos favorables, como son los crecientes intercambios internacionales de servicios y el papel cada vez más estratégico de los “Servicios Avanzados” en la organización de las empresas. En el origen de esta corriente hay que situar la aportación de Galbraith en relación con la “tecnestructura”²⁶. Sin embargo, uno de los más claros iniciadores de esta nueva corriente es Gershuny (1978), cuya idea central en sus trabajos es la de que la verdadera tendencia no es hacia la sociedad terciarizada, sino la emergencia de una sociedad del “*self-service*” basada en un consumo creciente y renovado de objetos industriales en la esfera doméstica, para la prestación de servicios, con lo que se frena la demanda final de éstos. Gershuny anuncia el advenimiento de la sociedad neointustrial de la información y el autoservicio. La idea de la transformación hacia una “sociedad del autoservicio”²⁷ fue rebatida posteriormente²⁸.

Una interpretación que representa algo así como un compromiso entre los argumentos postindustrial y neointustrial, fue iniciada por una serie de trabajos realizados por Stanback (1979) y Noyelle (1983), los cuales rinden también homenaje a los precursores trabajos de Greenfield (1966) y Stigler (1951, 1956) sobre los servicios a los productores²⁹. Es importante la aportación de Porat³⁰ (1977) en relación con la “economía de la información” como elemento determinante de la producción y, sobre todo, de la distribución de los servicios.

La explicación clásica del crecimiento de los servicios en la economía considera que los factores condicionantes del mismo son: el aumento de la demanda final de servicios ligado al crecimiento de la renta per cápita; una elasticidad relativa superior en los servicios; la importancia creciente del sector público; un crecimiento relativamente menor de la productividad de las actividades de servicios en la economía; el crecimiento de la demanda intermedia de servicios. (Soy, 1997).

²⁶ Concepto en parte precursor de los modernos Servicios a las Empresas.

²⁷ Skolka (1976), Gershuny (1978), Gershuny y Miles (1983).

²⁸ En la mayoría de los trabajos relacionados, directa o indirectamente, con los servicios, publicados en las dos últimas décadas, a pesar de su diversidad, ninguno de sus autores está de acuerdo con el énfasis de Gershuny en el autoservicio y el cambio tecnológico en el consumo final. Lo importante no son las “innovaciones sociales” en la esfera doméstica, sino los cambios estructurales en las actividades económicas. Según Gadrey (1986), un aspecto importante es que el funcionamiento de los hogares y de la sociedad es cada vez más complicado, y cada vez se requieren más conocimientos de tipo técnico, legal, económico, etc., la mayoría de los cuales se adquieren externamente. Este autor también acentuó que no siempre hay competencia entre bienes y servicios para satisfacer las mismas necesidades, como en el caso del coche y el transporte público, sino que en algunos casos existe complementariedad, como por ejemplo los coches y los seguros.

²⁹ De las aportaciones de Stanback y Noyelle se puede señalar como puntos básicos:

- La complementariedad entre bienes y servicios y el consumo de bienes cada vez más diferenciados, entrañan un mayor consumo de servicios, los cuales son cada vez más numerosos y complejos.
- Los servicios a la producción, tanto internos como externos, han experimentado un crecimiento extraordinario, lo cual seguirá ocurriendo en el futuro.
- Existen ya diversas formas de “industrialización” de algunos servicios que pueden ser estandarizados, así como para el logro de economías de escala en varias ramas del sector, lo que permite hablar de “industrialización” del terciario.
- Los Servicios Avanzados desempeñan un papel central en la formación de una jerarquía urbana.

³⁰ Cuando este autor publicó su trabajo sobre la economía de la información y cuantificó el impacto de ésta en la economía americana, en términos de producción y de empleo, empezó a difundirse la primera tipología de las actividades y ocupaciones informacionales.

Ultimamente se ha hecho mucho hincapié en la importancia de los procesos de externalización, sin embargo, hay que decir que el crecimiento de los servicios no responde únicamente a una "externalización" de ciertas actividades de la industria o a la aparición de nuevas ocupaciones precarias propias de un período de crisis, sino que, en gran parte, es el resultado de una mutación estructural de las actividades productivas, de la manera de actuar de las empresas, de las profesiones y de las actividades, como también de los cambios en los modos y las formas de consumo de la población. Es una transformación que se da simultáneamente, de manera interrelacionada, y que se potencia mutuamente, con el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Este crecimiento de los servicios se relaciona directamente con un cambio profundo en el funcionamiento del sistema productivo que hace referencia a qué, cómo, para quién y dónde se produce (Soy, 1993).

Este cambio en el funcionamiento del sistema productivo, interrelacionado con el nuevo desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación implica una integración creciente de la Industria y los Servicios derivada de la innovación tecnológica y del proceso creciente de división social del trabajo en el sistema productivo (May, 1994).

La mayoría de los autores que han estudiado el tema del crecimiento espectacular de los servicios en estos últimos años, han aludido como principales factores determinantes del mismo el descubrimiento de las nuevas tecnologías en los procesos productivos, la internacionalización y estandarización de la producción, la consolidación de las empresas multinacionales que operan a escala mundial, la externalización de servicios, razones psicológicas y sociológicas³¹, etc.

Hoy, además de explicar la evolución de la demanda de servicios en función de los niveles de ingresos y de la jerarquía de necesidades, es preciso tener en cuenta las nuevas necesidades y muy especialmente las nuevas modalidades de satisfacerlas. Así, por ejemplo, la necesidad de satisfacer ciertos tipos de servicios (como el transporte), puede generar un aumento del gasto de ciertos bienes industriales (automóviles), lo cual arrastra a su vez la demanda de otros servicios ligados al uso de dichos bienes (seguros).

Aparecen nuevos conceptos, hablándose incluso de la posible diferenciación de un "sector cuaternario". Pero hay que decir que por mucho que la economía se terciarice, la industria sigue siendo un sector clave. En torno a la industria tiene lugar el avance de los servicios, tanto los de consumo final como los de carácter intermedio. Los autores más recientes se basan en la distinción entre servicios al consumo y servicios a la producción, y dentro de estos últimos se presta un interés creciente a los denominados Servicios Avanzados a las Empresas. (Barcet, Martinelli, Cuadrado, Rubalcaba, Soy,

³¹ Aunque en ciertos casos es aplicable la Ley de Engel, en el sentido de que al aumentar la renta se destina una proporción mayor de la misma al gasto en servicios, lo cierto es que el consumo no depende tanto de la capacidad de compra del individuo como de su propensión a comprar, es decir, su actitud optimista o pesimista de consumo, su capacidad de endeudamiento y su percepción del futuro.

La publicidad y otros medios de creación de necesidades, son en parte responsables de la segmentación de mercados y de la consiguiente necesidad de servicios para satisfacerlos.

Por otro lado, existen importantes razones de tipo social, que han incidido en el aumento del consumo de servicios: el progresivo envejecimiento de la población en los países desarrollados (servicios de cuidado de ancianos), el aumento del tiempo libre (servicios de ocio), la incorporación masiva de la mujer al trabajo (servicios de guardería, cuidado del hogar), etc.

Zurbano, etc.)

Como comentaremos a lo largo de este trabajo, una de las características fundamentales de estos Servicios Avanzados a las Empresas es su fuerte concentración en las “ciudades globales” –según las denominó Sassen (1991)-. Esta característica ha sido puesta de manifiesto por numerosos autores (la propia Sassen, Illeris, Rubalcaba, etc.). Pero sólo algunos de ellos (Martinelli) hacen un análisis desde el punto de vista de las “regiones periféricas” y de las repercusiones que la concentración de estas actividades en las “áreas centrales” tiene en la acentuación de la división espacial del trabajo y sus consecuencias de cara al acrecentamiento de los desequilibrios territoriales.

Resumiendo, se pueden identificar al menos cuatro grandes tendencias disciplinares en el tratamiento de los servicios (Sáez, 1993):

- 1.- La corriente neoclásica que, en el marco de la teoría de los estadios de desarrollo, considera que la terciarización es consecuencia del crecimiento económico y concretamente de la mayor elasticidad renta-demanda de los servicios.
- 2.- La corriente de la sociología política que ha asociado la expansión general del sector servicios con el crecimiento de los servicios de consumo colectivo, como resultado de la consolidación del Estado del bienestar y las políticas sociales puestas en práctica.
- 3.- Las tendencias neoricardianas, cuyo desarrollo ha conducido al análisis de la demanda intermedia de servicios por parte del sistema productivo como factor explicativo esencial de su crecimiento, donde se destaca la complementariedad existente entre bienes y servicios.
- 4.- En el seno de la economía regional y urbana se han estudiado los efectos del crecimiento de los servicios, sobre todo de los servicios avanzados a la producción y su extraordinaria concentración en determinadas regiones y ciudades centrales. Esta transformación del espacio económico se ha relacionado con la internacionalización de la economía, la división internacional, técnica y espacial del trabajo³², con el cambio tecnológico y el potencial de innovación, o con la emergencia de la economía informacional.

El siguiente esquema presenta algunas de las aportaciones teóricas y metodológicas respecto a los servicios en relación con la situación económica y social y la doctrina dominante en distintos momentos de la historia del pensamiento económico.

³² Según Sayer y Walker (1992) “[...], la división del trabajo proporciona un soporte indispensable para analizar la teoría de los servicios. La denominada transición a la economía de servicios, puede caracterizarse fundamentalmente como la ampliación y profundización de las divisiones sociales y técnicas del trabajo, que es parte de un proceso más general de evolución industrial y desarrollo capitalista”.

Esquema 1.1- Tratamiento de los servicios en las distintas etapas del pensamiento económico.

<u>Periodo</u>	<u>Situación social y económica</u>	<u>Corriente de pensamiento dominante</u>	<u>Tratamiento de los servicios</u>	<u>Algunos autores</u>	
XVII	Limitada actividad industrial. Comercio principalmente.	Mercantilismo.	<ul style="list-style-type: none"> * Riqueza nacional = aumento de las exportaciones. * Principal recurso = oro. * Principal preocupación = conseguir dinero para el Tesoro Real Estatal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las actividades son socialmente útiles por su contribución a la adquisición de oro, no por su uso o servicio. - Los servicios no son directamente identificados y discutidos. - No existe una teoría de los servicios. 	Petty, King
XVIII	Periodo de crecimiento.	Fisiocracia.	<ul style="list-style-type: none"> * El producto neto de la sdad lo genera la clase ptiva, ligada a la agricultura, pesca y minería. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los oficios relacionados con los servicios se integraban en los realizados por la clase artesana, considerada como estéril. 	Quesnay.
XVIII	Periodo de crecimiento y cambio social	Clásicos:	<ul style="list-style-type: none"> * Acumulación de capital. * Trabajo productivo/no productivo. * Principal cuestión: qué actividades pueden ser gravadas y la clasificación de las actividades económicas derivada de esta distinción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Perecederos, no duraderos. - No almacenables. - No intercambiables. - No productivos. 	Smith.
1ª ½ XIX	Desarrollo de la industria	Clásicos:	<ul style="list-style-type: none"> * Clasificación de las actividades según generen o no valor. * Trabajo productivo/no productivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Refieren como servicios un grupo de profesiones, no sectores de la industria. - Identifican los servicios con actividades del Estado. - Productivos pero inmateriales. - No acumulables. 	Say, Simonde de Sismondi, Mill, Saint-Simon, Storch
XIX	Expansión mecanización del capital industrial aprox. 1860	Marxismo:	<ul style="list-style-type: none"> * Marx no acepta la utilidad, por ejemplo valor de uso, como determinante del valor. * Reproducción social del capital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios no son considerados importantes en este proceso de expansión industrial. - Los servicios no producen valor ni valor añadido, pero pueden producir beneficios. - Algunas actividades, como el tpte., son "productivas", y otras, como el comercio, son claramente "improductivas". 	Marx
½ XIX-1930			<ul style="list-style-type: none"> * Distinguir 2 movimientos: <ul style="list-style-type: none"> - Descripción de las relaciones económicas de carácter capitalista como relaciones de servicios. - Refleja la expansión efectiva de las actividades específicas de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Abandono del debate sobre el carácter productivo e improductivo de los servicios. - Todas las actividades son productivas y toda actividad es un servicio. 	Bastiat, Colson, Marshall
1930-1965	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis años 30: depresión y desempleo. 		<ul style="list-style-type: none"> * Enfoque "convencional" basado en la demanda. * Desarrollo de la estadística en países industrializados. * Investigaciones sobre crecimiento, productividad, empleo, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consideración autónoma de los servicios dentro del análisis económico. - Punto de partida para la discusión sobre el crecimiento del sector servicios. - Clasificación de las actividades económicas en tres sectores. - Término "sector terciario" = no agricultura y no industria. 	Fisher, Clark, Fourastié
	<ul style="list-style-type: none"> • Cmt. económico años 50 y 60: Internacionalización y mundialización. 	Keynesianismo:	<ul style="list-style-type: none"> * Afianzamiento del crecimiento cuantitativo de los servicios y de la diversificación del sector en actividades cada vez más heterogéneas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Generalización de la expresión "servicios" frente a "sector terciario". 	

<u>Situación social y económica</u>		<u>Corriente de pensamiento dominante</u>	<u>Tratamiento de los servicios</u>	<u>Algunos autores</u>	
1965-1975		<ul style="list-style-type: none"> * Enfoque económico-sociológico. * Escuela de la Sociedad postindustrial. * Escuela de la nueva sociedad industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio más positivo de los servicios. - Gradual cambio del uso del término terciario por servicios. - Relativo “optimismo” en el análisis de los servicios. 	Bell, Baumol, Fuchs, Galbraith, Touraine	
1975-1980	Crisis económica: desempleo, inflación y bajas tasas de cmto.	<ul style="list-style-type: none"> * Nuevo enfoque basado en los efectos de la “desindustrialización”. • Concepción agregada sector • Estudios desagregados del sector * Interpretación neoindustrial: <ul style="list-style-type: none"> • Teoría neoindustrial del autoservicio • Teoría sociedad neoindustrial. * Sociedad de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> - “Crisis de los servicios” - Importancia de los “servicios avanzados” esenciales en la moderna jerarquía urbana. Especial atención a los <i>servicios a la producción</i>. - Información = base de los servicios. - Análisis aplicado de las relaciones industria-servicios 	Galbraith, Singelman, Cairncross, Stanback Bacon, Eltis, Bowles, Gintis Greenfield Gershuny	
	Cambios en la especialización internacional	Tª de la Dependencia	- Diferencias “centro” / “periferia”	Prebish, Furtado, S. Amin, Sampedro.	
1980’s	Reestructuración, globalización	Neoliberalismo Regulacionismo	<ul style="list-style-type: none"> * Fuerte avance de los Servicios a las Empresas. * Mundialización económica. * Internacionalización de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consideración separada de los servicios tradicionales y los denominados servicios “avanzados”. - Consideración de la importancia estratégica del “terciario avanzado” para el “desarrollo económico”. - Extraordinaria concentración en regiones y ciudades “centrales” de los SAE y su relación con internacionalización económica y división internacional, técnica y espacial del trabajo, NTIC, etc. 	Barcet, Bonamy, De Bandt, May, Daniels, Cuadrado, Del Río, Rubalcaba, etc.
1990’s			- Economía Regional y Urbana	Martinelli, Coffey, Polèse, Marshall, Soy, Zurbano, etc.	

Fuente: Elaboración propia.

1.2- Concepto y clasificación de los servicios.

1.2.1- Definición de los servicios³³

El crecimiento cuantitativo y los cambios cualitativos en los servicios no se han visto acompañados de análogos adelantos en el utillaje científico, que ha quedado desfasado, de forma que algunos conceptos resultan inoperantes y las tipologías y clasificaciones impotentes para encuadrar con precisión la extraordinaria casuística de estas actividades. No contamos con una definición de común aceptación de los servicios, sino tan sólo con aproximaciones conceptuales. Los economistas se han centrado más en su sistematización o clasificación, con el fin de hacer más adecuada y eficaz cualquier tipo de actuación en torno a los mismos, que en intentar encontrar una definición apropiada.

Al término “servicios” se le otorga un dominio semántico tan dilatado que sólo es útil para generalizaciones amplias. El término “servicio”, procedente del Latín *servus*, se usa con distintos significados. Así, el Oxford English Dictionary menciona 38 significados.

Realmente, definir qué entendemos por servicios es algo complicado. De hecho, ni los propios estudiosos del tema parecen ponerse de acuerdo a la hora de definir y clasificar las actividades que lo conforman, existiendo una gran diversidad de definiciones y de clasificaciones, y es que dentro del sector servicios existe una variedad muy heterogénea de actividades. Y el tema es aún más complicado en nuestros días, ya que muchas de las actividades consideradas tradicionalmente de servicios se hallan íntimamente relacionadas con actividades manufactureras, siendo en muchos casos muy difícil de diferenciar el bien del servicio³⁴.

La definición tradicional, en la que se basan las estadísticas oficiales es una definición residual: “*actividades de servicios son aquéllas que no producen o modifican bienes físicos*”. Sus productos son inmateriales y no pueden almacenarse, transportarse o poseerse. Esto conduce en la práctica a cierto relativismo o a la renuncia a definiciones globales y a concentrarse en actividades concretas.

Un primer paso en una aproximación positiva a la definición de los servicios es la definición de Hill (1977), para el cual “*un servicio puede ser definido como un cambio en la condición de la persona, o de un bien perteneciente a alguna unidad económica, que se origina como consecuencia de la actividad de alguna otra unidad económica*”³⁵.

³³ Eiglier y Langeard (1989) opinan que “*elaborar una definición de los servicios es algo muy difícil; muchos lo han intentado y pocos han conseguido un resultado satisfactorio. Dar otra no añadiría nada al asunto, por lo que este problema de definición será por el momento dejado de lado, a pesar de que sea poco satisfactorio para mentes cartesianas*”.

³⁴ “*Todos los bienes útiles proporcionan un servicio en el sentido de un beneficio, de la satisfacción de una necesidad... (valor de uso). Todo trabajo útil proporciona un servicio. Cualquier distinción válida entre bienes y servicios tiene que basarse exclusivamente en la forma material que reviste el producto del trabajo*” (Sayer y Walker, 1992)

³⁵ En este sentido, por ejemplo, la educación cambia la condición de los estudiantes, que conocerán o entenderán más; el comercio cambia la condición de pertenencia de un bien que pertenecía formalmente al vendedor y pasa al comprador como resultado de la actividad comercial.

La presencia creciente de nuevas tecnologías conduce a una confusión creciente entre bienes y servicios³⁶. La categoría de “sector terciario” no es la más idónea para caracterizar globalmente a las actividades de servicios³⁷, y dadas las transformaciones estructurales que se han producido en los últimos años, la noción de terciario, por varias razones, no puede abarcar hoy día la enorme complejidad y heterogeneidad de los servicios³⁸ (Pugés, 1978, citado en González, 1990).

Según lo expuesto, no debe extrañarnos que no contemos con una definición universal para los servicios. Algunos autores (Barcet et al., 1984; Philippe et Monnoyer, 1985) insisten sobre el concepto de "servucción", que integra como una de las funciones esenciales del sector servicios la de hacer pasar al cliente de un estado a otro. Este concepto permite disociar las actividades comerciales y administrativas banales de aquéllas de servucción importantes por su influencia sobre el sistema de producción.

Para Gershuny y Miles (1983) el término “servicio” es aplicado a un extenso número de actividades diversas que realizan las industrias que se consideran dentro del sector terciario³⁹.

En los últimos años se apuesta por la consideración conjunta de los cambios en la industria y en los servicios, ya que están interrelacionados, así como por la realización de análisis mucho más desagregados por ramas. De esta forma, los servicios a la

³⁶ Así, por ejemplo, la elaboración de un programa informático es considerada por algunos como un servicio y por otros como una producción industrial.

³⁷ Los términos “sector servicios”, “terciario” y “sector terciario” suelen utilizarse indistintamente, y hay que diferenciar al menos dos nociones cuyo contenido es sensiblemente distinto (Cuadrado, 1990):

- La primera se refiere estrictamente a la suma de todas las unidades productivas que producen y ofrecen, como actividad principal, unos determinados servicios, y que estadísticamente se agregan en actividades y ramas productivas bien determinadas.

- Una segunda noción, más difusa y amplia, puede aplicarse a todas aquellas funciones y ocupaciones profesionales que, por su naturaleza, pueden ser calificadas como terciarias, con independencia de que se desarrollen en empresas de carácter agrícola, industrial o de servicios, e incluso fuera de la economía formal.

³⁸ Las categorías de primario, secundario y terciario se presentan como sectores yuxtapuestos, relativamente independientes entre sí, pero esta independencia realmente no se da, ya que los sectores están íntimamente relacionados. A partir de las estadísticas referentes a actividades, se clasifican en un mismo sector ocupaciones tan diferentes como la de director, administrativo, ingeniero, etc.

³⁹ Según ellos, este término puede tener cuatro acepciones que son analíticamente distintas:

* Industrias de servicios: “el conjunto residual de entidades productivas de la economía formal cuyo producto final no es un bien material”, es decir, aquellas empresas cuya producción final es un artículo intangible o efímero.

* Productos en forma de servicios: no han de ser producidos necesariamente por las industrias de servicios, pues las empresas industriales frecuentemente producen servicios en sus procesos de producción, distribución, etc.

* Ocupaciones incluidas en el ámbito de los servicios: Existe una diferencia entre “empleo en las industrias de servicios” y “ocupaciones de servicios”. Los trabajadores que están empleados en ocupaciones de servicios están presentes en toda la gama de industrias, ocupándose de actividades “no productivas” que van desde el proceso de datos hasta los servicios de mantenimiento y limpieza. En ocasiones, esas actividades terciarias corren fundamentalmente a cargo de empresas de servicios especializadas, y otras suponen una “terciarización” de los propios trabajadores de la empresa.

* Funciones de servicios: personas que realizan trabajos de servicios que no tienen por qué llevarse a cabo en el ámbito de la economía formal. Por ejemplo, los hogares y las personas pueden generar sus funciones de servicios finales en su tiempo libre: las lavadoras que sustituyen a los servicios de lavandería, el automóvil que sustituye al transporte público, etc.

producción reciben un tratamiento propio (Stanback, 1979 y Noyelle, 1983), lo mismo que los de distribución y los de carácter social, a la vez que se subraya la distinta dinámica de los servicios personales, ya no ligada exclusivamente a los aumentos de la renta per cápita, sino a las variaciones en los precios y a los cambios sociales en curso. Desde este enfoque, la evolución del sector pone de manifiesto una serie de tendencias: las relaciones entre industria y servicios muestran su carácter complementario; es posible explicar mejor por qué los servicios consumidos directamente por las personas no son los que registran un mayor crecimiento; y, los servicios públicos no entorpecen la interpretación de las distintas trayectorias de las restantes ramas de servicios.

Más recientemente, Bonamy y Valeyre (1994) definen un servicio como un acto en el que se relacionan el prestatario del mismo, el usuario y el soporte sobre el que el mismo se realiza. Con esta noción de relación de servicios se introduce un importante elemento y es el de la participación del usuario en la prestación del servicio, lo cual es fundamental, como veremos, en los Servicios a las Empresas.

1.2.2- Características principales de los servicios

Como hemos indicado al principio, no existe una definición comúnmente aceptada del término servicios, sino toda una serie de aproximaciones conceptuales. Basándonos en dichas aproximaciones y en los estudios⁴⁰ que se han venido realizando en este sector se pueden resaltar una serie de características, que si bien no son comunes a todas las actividades de servicios, existiendo algunas excepciones, sí que se presentan en la mayor parte de las mismas:

A) Una de las primeras características que se ha apuntado a las actividades de servicios, que las diferencia de los bienes materiales, es la de ser intangibles, lo que ha influido en que haya de realizarse de manera simultánea su producción y su consumo.

B) Debido a esta intangibilidad, que implica la simultaneidad de producción y consumo, los servicios son difícilmente almacenables y/o transportables⁴¹.

C) Muchas de las actividades de servicios se caracterizan por ser intensivas en el factor trabajo, sobre todo aquéllas más tradicionales. Basándose en esta intensidad en el factor trabajo, muchos autores han tachado a los servicios de poco productivos en relación con los otros sectores económicos⁴².

D) Los servicios tienden a estar concentrados en las “áreas centrales”. Relacionada con esta característica está el hecho de que muchas de las actividades de servicios requieren de un contacto personal proveedor-consumidor.

⁴⁰ De Bandt, 1985, 1991; Bailly y Maillat, 1988 y 1990; González Moreno, 1990, 1993, 1997; Bonamy y May, 1994; Cuadrado, 1992, 1995; Cuadrado y Del Río, 1993; entre otros.

⁴¹ Esta limitación, así como la anterior, está siendo ampliamente superada, sobre todo en algunas actividades de los servicios, gracias al desarrollo de las tecnologías.

⁴² Sin embargo, como veremos más adelante, sobre todo en ciertas actividades de servicios más relacionadas con el sistema productivo, la productividad es igual e incluso superior a ciertas actividades industriales.

E) Debido a la intangibilidad de los servicios, es muy importante, y en muchos casos totalmente necesario, el contacto proveedor-consumidor, como se acaba de indicar. Esto hace que los mercados locales estén muy segmentados, lo que representa una barrera de entrada a los posibles competidores⁴³.

F) Las empresas de servicios suelen ser de pequeño tamaño, es decir, priman las PYMEs.

G) Alta proporción de empleo femenino en los servicios, superior al de otros sectores de actividad. Esto ha sido posible, además de por la masiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, gracias a ciertas características del empleo terciario, que han hecho más proclive el desarrollo del empleo femenino, como ha sido principalmente la mayor proliferación de la fórmula del empleo a tiempo parcial en este sector.

Al ser tan variadas las actividades consideradas en el Sector Servicios, no todas cumplen claramente con las características principales que se les atribuyen a los mismos. Así, hay actividades en las que la productividad es igual o más elevada que en la industria, servicios que pueden ser estandarizados, almacenados, transportados, etc. (por ejemplo los servicios de programación informática).

1.2.3. Clasificación

“There exists no authoritative consensus on either the boundaries or the classification of service industries” (Stigler, 1956: 47).

“Since services are extremely heterogeneous, they should be subdivided into more homogeneous classes whenever possible [...] It must be recognised that no classification will be the only, preferred one, but that many of them will be used for different purposes” (Illeris, 1996: 30).

La clasificación de los servicios no ha sido tarea fácil⁴⁴. A partir de los sesenta, estas dificultades se agravan debido a que, en algunos casos, no resulta fácil distinguir una actividad de servicios de otra de tipo industrial. Durante los años setenta proliferan los estudios acerca del sector y las clasificaciones sobre el mismo. Una de estas primeras clasificaciones es la de Sabolo (1975), que distingue entre servicios finales, o de consumo final⁴⁵, y servicios intermedios⁴⁶. Destacaremos la clasificación de Browning y

⁴³ Sin embargo, las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como los procesos de desregulación a los que aludiremos más adelante, han hecho que algunas ramas de servicios se incorporen a mercados más amplios, introduciéndose ciertos elementos de competitividad en el sector.

⁴⁴ Dado que la tarea de clasificar las actividades de servicios se ha mostrado como un tema denso, quien tenga interés en conocer algunas de las clasificaciones que se han sucedido a lo largo del tiempo remitimos al anexo 1, en el que se recogen de manera resumida algunas de las clasificaciones que hemos considerado interesantes.

⁴⁵ A los cuales subdivide en “tradicionales” (actividades domésticas, comercio al detalle, etc.) y “nuevos” (turismo, actividades de ocio, etc.)

⁴⁶ Los servicios intermedios son aquéllos destinados a los productores de bienes y a los productores de otros servicios, siendo, por tanto, complementarios de la producción (transporte, comunicaciones,

Singelman⁴⁷ (1978), pues dada su correspondencia con la clasificación internacional de actividades económicas (NACE-CLIO), se ha aplicado de manera sistemática en estudios posteriores sobre los servicios.

Los esfuerzos realizados en el ámbito de la taxonomía han corrido muy diversa suerte. Algunos se han difundido rápidamente y han arraigado en la práctica estadística y analítica, como ha sucedido con la clasificación sectorial de Fisher y Clark; otros, como los de Browing y Singelman, se han consolidado como sistemas tipológicos construidos como reclasificaciones, con gran capacidad explicativa, siendo además la base de las más interesantes comparaciones internacionales sobre la dinámica y el significado de la expansión de los servicios. Aunque también, hay una gran cantidad de tipologías analíticas de los servicios en la literatura económica, que se han construido como aproximaciones explicativas, pero que son sistemas metodológicos excesivamente particulares, muy vinculados a las hipótesis de trabajo de sus autores y no siempre aplicables a otros ámbitos de estudio (García y Sanz, 1992). En ocasiones, se intenta corroborar empíricamente los argumentos teóricos utilizados.

Es en los años ochenta cuando se pone de manifiesto un auténtico afán por clasificar los servicios. Una de las propuestas más relevantes es la de Momigliano y Siniscalco (1980), los cuales ponen de manifiesto la necesidad de que los esfuerzos conceptuales realizados a la hora de clasificar las actividades de servicios sirvan para reconducir el análisis hacia la interpretación y aprovechamiento de las fuentes estadísticas disponibles. Esta reclasificación funcional realizada por estos autores, permitió a otros construir un argumento coherente sobre las características de las sociedades neindustriales y las relaciones de complementariedad e integración que se producen en el sistema productivo (García y Sanz, 1992).

Las modernas clasificaciones que siguen la línea de Sabolo (1975), añaden nuevos aspectos, como la distinción entre servicios comercializables y no comercializables⁴⁸, o entre aquéllos cuya prestación es interna o externa. Así, por ejemplo, encontramos la clasificación funcional de Nusbaumer (1984), en la que diferencia las actividades de servicios según su movilidad, distinguiendo entre servicios comercializables a escala internacional y servicios prestados “in situ”; su durabilidad, diferenciando entre servicios duraderos y no duraderos, y según el destinatario del servicio, en cuyo caso los clasifica en servicios primarios, intermedios y finales. También es destacable la de Ochel y Wegner (1987), que distingue entre servicios: permanentes y temporales, reversibles e irreversibles, de provisión privada y colectiva, no comercializados y comercializados.

Gershuny y Miles (1983) se basaron en los esquemas de clasificación tradicionales de Browning y Singelman para analizar el cambio tecnológico y el empleo. Poco después, Miles (1985), analizando las componentes del desarrollo económico, observa en las economías avanzadas el refuerzo del carácter informacional (García y Sanz, 1992). Barcet y Bonamy (1985), retomando algunas de las hipótesis realizadas en trabajos anteriores

servicios bancarios, Servicios a las Empresas, etc.).

⁴⁷ Ver anexo 1.

⁴⁸ Los servicios comercializables o de mercado son aquéllos que son objeto de transacción económica, destinados tanto a particulares como a empresas, mientras que los servicios no comercializables son los prestados, fundamentalmente, por las Administraciones Públicas a las personas (defensa, enseñanza, sanidad pública, etc.) y los servicios sociales en general.

sobre el crecimiento de los servicios a la producción, plantean una clasificación de las actividades terciarias utilizadas por las empresas industriales, distinguiendo tres grandes grupos de funciones de servicios: funciones de administración general, funciones comerciales y de transporte y distribución, y funciones de administración de la producción.

Las tradicionales nomenclaturas de las actividades de servicios no se corresponden con las continuas transformaciones que se están produciendo en el ámbito económico: Aparición de nuevas actividades económicas (nuevos servicios); Creciente imbricación industria-servicios; Evolución tecnológica; Crecimiento del Sector Público; Importancia cada vez mayor del comercio internacional de servicios. De forma que la tradicional clasificación de las actividades económicas en tres sectores, en la que los servicios representaban un papel marginal, queda desfasada. En las economías avanzadas los flujos de los servicios al resto del sistema productivo son estratégicos.

En los últimos años se ha ido especializando el estudio de los servicios, de modo que son frecuentes los trabajos que se refieren sólo a algunas de sus actividades, que al mismo tiempo conllevan nuevos ejercicios de clasificación⁴⁹. Se alude tanto a los nuevos servicios como a los avanzados, sin establecer una clara distinción⁵⁰. En los servicios a los particulares se consideran como “nuevos” algunas actividades relacionadas con el ocio, la cultura, etc., que han hecho posible el moderno desarrollo económico en las “economías centrales”, mientras que en los Servicios a las Empresas se consideran como “nuevos⁵¹” una serie de servicios cuya demanda se ha incrementado como consecuencia de la realización de una serie de cambios en los modos de gestión y producción de las empresas, a los que han contribuido de forma determinante las modernas tecnologías (servicios informáticos, diseño asistido por ordenador, management, etc.).

Todas las clasificaciones referidas, así como algunas otras que se han omitido, son interesantes a la hora de intentar clarificar el concepto y la delimitación de este conjunto tan heterogéneo de actividades que componen el Sector Servicios. Pero, a la hora de realizar algún estudio empírico en este sector es conveniente tener en cuenta las clasificaciones que realizan los organismos oficiales⁵², tanto nacionales como internacionales, ya que es de ellos de los que obtenemos la mayor parte de la información necesaria.

Los datos estadísticos primeramente informan de acuerdo con las clasificaciones por

⁴⁹ Servicios como los de transportes y comunicaciones, hostelería y restauración, comercio, enseñanza y sanidad privadas, etc. son catalogados como servicios a los particulares, y los que se relacionan de manera más estrecha e intensa con la organización funcional de la empresa o con su actividad característica se consideran servicios a la producción. Los Servicios a las Empresas presentan como característica básica el hecho de ser objeto de consumo intermedio en el proceso de producción de bienes o servicios “reales” a las empresas, considerando como tales aquellos servicios que modifican el ciclo productivo de las empresas a la vez que permiten el ajuste estratégico de cada empresa en particular y de aquellas otras que toman parte de dicho ciclo.

⁵⁰ Parece que la expresión “servicios avanzados” puede asociarse de manera especial a las empresas.

⁵¹ Hay que decir que la calificación de nuevo o avanzado es bastante relativa, puesto que con el paso del tiempo los servicios avanzados de hoy serán tradicionales en el futuro.

⁵² Estos organismos pueden ser públicos (INE en España, EUROSTAT para la Unión Europea) o no (como el BBV/FIES que elabora la “*Renta Nacional de España y su distribución provincial*”). Para las clasificaciones de los organismos oficiales véase Camacho (1999).

sector, basadas en la naturaleza de los productos principales de las empresas o establecimientos. Las clasificaciones internacionales han sido establecidas por la ONU (The International Standard Industrial Classification, ISIC) y la Unión Europea (Nomenclature des Activités dans les Communautés Européennes, NACE). Tradicionalmente estas clasificaciones han sido muy insatisfactorias con respecto a las actividades de servicios, para las que sólo había 4 categorías. La “NACE rev 1” muestra algunas mejoras, distinguiendo 11 ramas dentro del sector terciario (Ver anexo 1).

En la clasificación de los servicios realizada por la Contabilidad Nacional en España se distingue entre: Servicios destinados a la venta, comercializables o de mercado⁵³, Servicios no destinados a la venta, no comercializables o públicos⁵⁴. Esta clasificación es todavía muy restringida y convencional, de manera que, por ejemplo, los Servicios a las Empresas aparecen en un epígrafe único y genérico sin desglosar. La presente Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993, la CNAE-93, que sustituye a la CNAE-74, es un elemento imprescindible para la formación de estadísticas económicas (Ver anexo 1).

Es preciso señalar que las clasificaciones de los servicios aludidas, salvo las realizadas por organismos oficiales, son difícilmente trasladables al terreno práctico, pues las estadísticas existentes no coinciden con la metodología y estructura adoptados en las mismas. C.E. García (García y Sanz, 1992) considera que los criterios de clasificación con los que se elaboran las fuentes estadísticas básicas para el estudio de los servicios (las clasificaciones nacionales de actividades NACE-CLIO) limitan la comprensión del papel determinante de los servicios en la organización de las economías avanzadas y en las nuevas estrategias internacionales del comercio de bienes y servicios.

Existe, por tanto, el problema de que las clasificaciones oficiales, que son las que se pueden utilizar para los estudios empíricos, ya que son las que se adaptan a los datos disponibles, no reflejan la realidad actual de los servicios; mientras que las clasificaciones que se acercan más a lo que es la situación del sector hoy día, no son aplicables a estudios prácticos al no disponerse de los datos necesarios para ello.

1.3- El crecimiento de los servicios.

Las series de datos disponibles, a pesar de sus deficiencias, ratifican el ininterrumpido crecimiento de los servicios en casi todos los países del mundo, aunque con distintos ritmos entre grupos de actividades y entre áreas geográficas y de “desarrollo”, lo que refleja las diferencias enormes que apartan a las distintas formaciones sociales.

Debido al acusado crecimiento de los servicios, principalmente en las “economías capitalistas centrales” en contraste con los países pobres, sobre todo en aquellas ramas más relacionadas con el desarrollo tecnológico y con los cambios sociales hacia un mayor nivel de bienestar, son muchos los que opinan que cuanto mayor es la participación de los servicios en la economía mayor es el grado de progreso social.

⁵³ En los que se incluyen dieciséis actividades, entre las que figuran las que se han clasificado como tradicionales (transporte, comercio, crédito y seguros, enseñanza, sanidad, etc.).

⁵⁴ Dentro de los que se encuentran cuatro rúbricas, una de carácter residual.

Aunque también sería posible hacer el razonamiento a la inversa y decir que la expansión de los servicios es debida al avance de la producción capitalista⁵⁵.

Por otro lado, si distinguimos entre las diversas actividades que componen el Sector Servicios, podemos observar que no todas siguen la misma evolución. La tendencia general de crecimiento en el empleo en servicios en las décadas recientes es debida, principalmente, al crecimiento en servicios al hogar (incluyendo educación, sanidad y otros servicios sociales) y en Servicios a las Empresas, descendiendo, sin embargo, los ratios de crecimiento en servicios sociales a finales de los ochenta, debido a los recortes en los presupuestos públicos.

1.3.1- La productividad y los precios en los servicios.

Si existe un tema controvertido pero fundamental en el análisis de la economía de los servicios es el de su productividad⁵⁶. Como dijimos en el apartado referente a la visión de los servicios en el pensamiento económico, durante mucho tiempo éstos fueron considerados como no productivos. A partir del desarrollo de la teoría de las etapas del crecimiento económico por Fisher y Clark, los economistas han analizado principalmente dos tipos de relaciones entre la evolución de la productividad y el crecimiento económico: una se centra en el comportamiento del precio de los servicios cuando las economías mejoran en su nivel de riqueza, y la otra se refiere al peso de los servicios dentro de la renta y del empleo nacional⁵⁷.

Dada la heterogeneidad de los servicios no parece adecuado buscar un único factor común condicionante de su productividad⁵⁸. Generalmente se acepta que ésta es difícil

⁵⁵ Véase por ejemplo Samir Amin (1974).

⁵⁶ Hay que tener en cuenta que para medir correctamente la productividad debemos hacerlo en términos de horas realmente trabajadas, pero esto no siempre es posible y se recurre a hacerlo en términos de personas ocupadas. Pero la medida tradicional de la productividad del trabajo por persona empleada está distorsionada en el caso del Sector Servicios, debido a que las horas de trabajo anuales en este sector están siendo reducidas en mayor cuantía que en el industrial. Así, como indica Ray (1986) –citado en Zurbano (1996)-, para el caso de la economía británica, la tasa de crecimiento de la productividad “equivalente a la de tiempo completo” se vería incrementada alrededor de un 20% si se realizase un ajuste compensatorio del trabajo a tiempo parcial en las actividades terciarias.

⁵⁷ Los primeros trabajos sobre la productividad en el Sector Servicios son los de Fourastié (1952), el cual destacó, por un lado, el fuerte aumento de la demanda y la alta elasticidad renta de los servicios (como consecuencia de la Ley de Engel) y la relativa baja productividad del sector servicios. Retomando sus ideas, Fuchs (1968) y Baumol (1967) analizan las causas y consecuencias de la progresiva importancia del sector, y basan en la lenta productividad del sector servicios la principal explicación de su progresivo crecimiento. Fuchs (1968) observó que el crecimiento del producto por trabajador entre 1930-60 en el conjunto del terciario fue menor en un 50% al de la industria y en un 30% al de la agricultura. Él llegó a la conclusión de que el factor más importante era el de las características de la fuerza de trabajo. Baumol muestra la diferencia entre las productividades como resultado del papel que juega el factor trabajo en cada una de las actividades (Rubalcaba, Ortíz y Mancha, 1998).

⁵⁸ Sin embargo, según señalan Gershuny y Miles (1983), varias investigaciones han establecido una relación entre el diferencial de productividad y las características comunes a una amplia gama de servicios, estableciendo tres grupos fundamentales de factores que inhiben la aplicación de nuevas tecnologías en los servicios:

- Las condiciones inmediatas de producción: escasa densidad de capital, escasa cualificación de la mano de obra y bajos salarios.
- Las características organizativas de las ramas de servicios: niveles reducidos de concentración económica y mayor presencia en este sector, por un lado, de organismos públicos y, por otro, de pequeñas

de medir en los servicios, especialmente por el hecho de que los elementos cualitativos son decisivos⁵⁹. Se trata de un problema metodológico y conceptual. Por lo general, las productividades de las actividades de servicios se miden “por analogía” con lo realizado en los sectores agrícola e industrial, lo cual es inadecuado según algunos autores, al no disponerse de los instrumentos apropiados de medición. Incluso hay quien opina que es imposible cuantificar la productividad de los servicios⁶⁰.

Si se hace referencia a la productividad aparente del trabajo, el que la productividad de las actividades de servicios sea débil se considera que es debido, generalmente, a que la prestación del servicio reposa esencialmente en el trabajo humano directo, siendo baja la intensidad de utilización del capital⁶¹.

Pero esa evolución menos favorable de la productividad en los servicios no es general, de manera que las innovaciones tecnológicas están permitiendo que parte de los servicios sean ahora comercializables en el ámbito internacional. Al ponerse de manifiesto, por la evidencia empírica, el alto nivel de productividad de algunos servicios, particularmente los Servicios a las Empresas, las nuevas tendencias demandan el estudio desagregado de la productividad del sector servicios.

Otra de las características negativas que se ha achacado a los servicios es la de su alta propensión inflacionista⁶². Se argumenta que este sector puede traducir fácil y rápidamente cualquier presión sobre los costes en aumentos en los precios⁶³. Los

empresas y autónomos.

- La especial naturaleza de los productos en forma de servicios, y especialmente con las peculiaridades que presentan en cuanto a las relaciones humanas y al tratamiento de la información.

⁵⁹ Las consideraciones relativas a la calidad son las que suponen la principal debilidad de la productividad como medida, ya que las mediciones de la productividad no permiten informar del grado de mejora de la calidad, de forma que no se mide la contribución real al bienestar económico (De Bandt, 1995). Este problema se acentúa más cuando nos referimos a los servicios y, particularmente en los Servicios a las Empresas (como servicios intermedios).

⁶⁰ Pero, como dice Zurbano (1996: 77), “*más allá de posibles nuevos ajustes a realizar en la medición de la productividad terciaria, es evidente que la diferencia estadística en las tasas de crecimiento medias de la productividad entre el terciario y la industria no es un indicador adecuado para catalogar la importancia del terciario, y a veces, incluso, puede llegar a ser un elemento de confusión*”.

⁶¹ De Bandt (1990) pone de manifiesto una aparente paradoja en el hecho de que la productividad relativa [Producto (% PIB) / Factores (% empleo o conjunto de factores)] es sistemáticamente mayor en las actividades terciarias que en las demás. Ello es debido a los precios relativos de los servicios, que se caracterizan por una deriva constante. Los problemas de deriva de los precios relativos tienden a concentrarse en un determinado número de actividades de servicios, concretamente en actividades de Servicios a las Empresas con alto contenido en información por un lado, y en actividades de servicios a los consumidores cuyos elementos de lujo y diferenciación jugarían un papel importante, por otro lado.

⁶² Los factores que explican la mayor intensidad relativa de la inflación en el Sector Servicios respecto a otros sectores, pueden dividirse en factores de oferta y factores de demanda. Entre los factores de demanda se puede destacar el fuerte aumento de la demanda de servicios, tanto por parte de las economías domésticas como respuesta a la expansión de la renta disponible, como por las empresas. Entre los factores de oferta se encuentra el que los servicios son, por lo general, actividades intensivas en trabajo, siendo la participación de los salarios en el valor añadido superior a la industria, por lo que son muy sensibles a los aumentos salariales. Además, la menor competencia internacional y la mayor facilidad para trasladar los incrementos salariales a los precios provocan que se acepten, en principio, aumentos salariales superiores a los de otros sectores en los convenios salariales.

⁶³ Sin embargo, en el caso de los servicios no se puede generalizar la relación entre salarios y precios, dado que existen muchas ramas que presentan grandes diferencias en el terreno salarial, además de la importancia creciente del trabajo a tiempo parcial en este sector y la débil tasa de sindicación en el mismo

precios⁶⁴ relativos aumentan más que proporcionalmente en relación con las debilidades de la productividad, no limitándose a compensar a éstas (De Bandt, 1990). En términos generales puede decirse que la subida de los precios de los servicios ha sido una tónica dominante en las economías avanzadas, aunque la intensidad no haya sido la misma ni en todos los países ni en todas las ramas de servicios.

Un aspecto importante en relación con los precios de los servicios es el que se refiere a la regulación⁶⁵ que, según algunos expertos, incide de forma negativa en los precios y en la productividad. Por ello desde la Unión Europea se empezaron a llevar a cabo una serie de medidas liberalizadoras. La regulación⁶⁶ supone un intento de influir sobre el proceso de asignación de recursos con objeto de subsanar algún “fallo del mercado⁶⁷”.

En los últimos años se está produciendo en distintos países europeos, incluida España, una oleada de privatizaciones en una serie de servicios hasta ahora pertenecientes al Sector Público, hecho que se está tratando de explicar como una consecuencia de las necesidades de liberalizar el sector, si bien detrás de estas decisiones pueden existir múltiples causas. Además, como dice Argandoña (1990) la privatización no se opone a la regulación, sino que más bien la exige. Por mucho que se liberalicen los servicios, la regulación será necesaria (sobre todo en algunos), a fin de que no se infrinjan determinadas normas de calidad y se evite cualquier intento de piratería en el sector (Sáez, 1993). Según Argandoña (1990) habría que hablar de “re-regulación” inducida por el propio proceso de liberalización. El consumidor y el usuario se han hecho sensibles a la calidad, a la seguridad, etc., siendo ésta ahora, quizá, la más importante fuente de regulación en el Sector Servicios.

1.4- Relaciones entre servicios y territorio.

1.4.1- Distribución espacial de los servicios.

La dimensión espacial de los servicios es tan significativa como la económica y la sociológica, ya que el territorio es un elemento a disposición de los agentes implicados

que provocan que se acentúen los problemas de las disparidades salariales.

⁶⁴ Las estadísticas del IPC, generalmente utilizadas como medida de la evolución de los precios de bienes y servicios, al estar diseñadas para medir la evolución de los precios desde el punto de vista del consumidor, no recogen gran parte de las actividades terciarias orientadas a las empresas, o están incluidas en categorías en las que no se pueden observar nítidamente.

⁶⁵ Para el tema de la regulación en el Sector Servicios véase Argandoña (1990). También puede consultarse Lasheras (1999) que analiza la regulación económica de los servicios públicos.

⁶⁶ Tal como la define Argandoña (1990), “*por regulación entendemos un conjunto de reglas generales de acciones específicas, impuestas por la autoridad o por una agencia administrativa, que interfieren directamente el mecanismo de asignación de recursos en el mercado, o indirectamente, alterando decisiones de demanda y oferta de los consumidores y de las empresas.*”

⁶⁷ Estos fallos de mercado que se consideran como causas de la regulación pueden ser las asimetrías de información, la competencia imperfecta, las externalidades. También se justifica la regulación para proteger el empleo o a sectores nacientes. La regulación en los mercados de servicios se efectúa a través de la combinación de los siguientes instrumentos: nacionalización de las empresas o toma de participación pública en las mismas; intervención en la fijación del precio; regulación de la entrada y salida del mercado, y limitación pública de la capacidad empresarial para determinar las condiciones operativas y de calidad de inputs y outputs; siendo, generalmente, mayores las posibilidades de regulación para el sector servicios que para la industria (Zurbano, 1996).

en la producción de servicios que les permite maximizar sus intereses. Las configuraciones territoriales de los servicios se diseñan desde dos campos de acción complementarios: en la empresa privada de servicios, planificando la expansión y emplazamiento de nuevos establecimientos, y desde la gestión territorial pública para modular y racionalizar la función de los servicios en la vertebración socioterritorial (Moreno y Escolano, 1992).

Los autores que han realizado estudios de los servicios en su vertiente espacial, han destacado distintos elementos o facetas de los mismos, desde diferentes presupuestos teóricos y metodológicos con distintas finalidades. Por un lado, se ha intentado diseñar una teoría que explique la distribución espacial de ciertos servicios, como la teoría de Christaller sobre los lugares centrales⁶⁸. Por otro lado, se ha intentado diseñar un modelo operativo para solucionar un problema concreto e inspirar una actuación, como la de averiguar el emplazamiento óptimo para determinados servicios. En otros casos, ha primado la descripción y caracterización del espacio que ocupan los servicios en un tejido urbano o los flujos y relaciones desencadenados.

Lo cierto es que la producción y el consumo de servicios se realizan en un espacio y un tiempo determinado. Este espacio no es neutro, sino que está dotado de diferentes recursos desigualmente repartidos, que son factores explicativos del desarrollo de los servicios –por ejemplo la cantidad y calidad de infraestructuras de transporte y comunicaciones, etc.- Pero, según Moreno y Escolano (1992), el análisis geográfico sobre los servicios debería realizarse sobre otros aspectos que se podrían englobar en la noción más completa y adecuada: “territorio o espacio de los servicios”, en la que se podrían integrar los siguientes componentes: los lugares que soportan físicamente algunas tareas de servicios –el suelo ocupado por actividades o establecimientos de servicios-; la organización de la producción de servicios –grandes corporaciones, pequeñas empresas o individuos, etc.-; rasgos materiales y psicológicos; las propias relaciones espaciales involucradas en los servicios; y las características “culturales” de un pueblo o territorio.

A nosotros nos interesa destacar principalmente, la tendencia a la concentración de las actividades de servicios, especialmente las más avanzadas, en determinadas áreas. Estas áreas coinciden con las denominadas “regiones centrales”, mientras que, como veremos, en las “regiones periféricas” se produce un desarrollo muy diferente de los servicios y, concretamente, sólo de algunas de sus actividades.

1.4.2- La elección de localización.

La localización de los servicios se ha vuelto cada vez más compleja, ya que gracias a los avances en los transportes y, sobre todo, en las NTIC (Castells, 1989:126-171), muchas actividades de servicios no se ven obligadas a localizarse necesariamente en los centros urbanos. Las nuevas explicaciones teóricas de la localización de los servicios parten de

⁶⁸ En estas tres últimas décadas han sucedido una serie de cambios –reducción relativa de los costes de transporte, crecientes facilidades en materia de telecomunicaciones, aumento importante de la movilidad de personas, etc.- que han motivado las críticas a las teorías tradicionales. Por otro lado, las fronteras entre actividades industriales y de servicios, entre sectores de base y sectores inducidos, son cada vez más vagas e imprecisas y, sobre todo, cambiantes. La dependencia de una actividad con relación a la demanda local no entraña necesariamente una localización (Jayet, 1994).

una distinción entre “servicios tradicionales”, que se hallan localizados de forma más “difusa” en el territorio, y “servicios modernos” o “avanzados”, más proclives a la concentración principalmente en las “áreas centrales”.

Illeris (1990) resume las conclusiones a las que llegan algunos estudios, de los que hay que destacar los realizados en el marco del Programa FAST-II de la CE. Estos estudios se basan en la hipótesis del “efecto estructural⁶⁹”, según la cual el crecimiento del empleo tiene lugar prioritariamente en las actividades de servicios que precisan de una mayor cualificación laboral o profesional, así como en las relacionadas con la gestión. Ello es debido a que las necesidades de dichos servicios va en aumento, así como porque es imposible racionalizar mucho más este tipo de actividades.

Algunos de estos estudios han puesto de manifiesto que el “efecto estructural”, aunque importante, no se puede considerar como el factor decisivo de la localización espacial de los servicios, sino que más bien habría que atribuirlo al “factor desplazamiento”. En base a dicho factor se ha establecido una segunda hipótesis, que plantea que los desplazamientos espaciales de las actividades de servicios son decisivos en lo que a su localización se refiere, teniéndose que buscar los factores determinantes de dicho desplazamiento en las modernas tecnologías de la comunicación y del transporte, ya que éstas permiten un “acortamiento de la distancia” permitiendo a muchas actividades de servicios liberarse de la necesidad de localizarse cerca del consumidor.

Cada vez es menos cierto que sea la localización de los usuarios –sobre todo cuando se trata de empresas- la que determine la de los productores. A medida que los servicios son más importantes para el buen funcionamiento y la rentabilidad de las empresas, la existencia de productores de servicios de calidad influencia en mayor medida la localización de sus usuarios. Así, los Servicios a las Empresas tienen tendencia a formar parte, al menos indirectamente, de la base económica de un territorio⁷⁰. (Illeris, 1994; Mérenne-Schoumaker, 1996).

A) Principales requisitos a considerar.

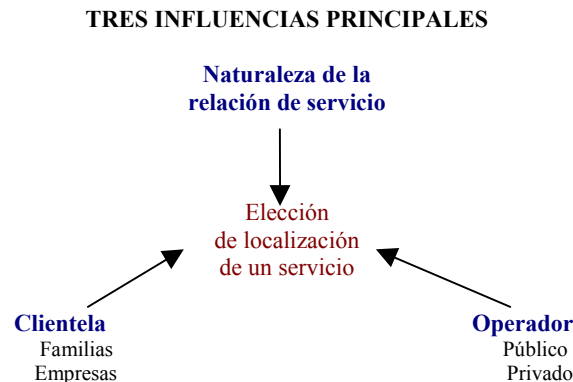
La implantación de una actividad de servicio es el resultado del encuentro de una empresa y de un territorio, de manera que se verá influenciada por los factores relevantes de la propia organización del servicio y de los espacios donde va a operar. Pero, aunque estos principios son los mismos que para la industria, debido a la heterogeneidad de los servicios, resulta difícil construir un marco general sin antes haber comprendido las tres principales influencias sobre la localización de los servicios:

⁶⁹ Tomando esta hipótesis como base, algunos estudios sobre la evolución de los servicios en Europa Occidental y América del Norte, entre otras cosas concluyen que, en general, se confirman las tendencias centralizadoras de los servicios y, en particular, los servicios financieros, los Servicios a las Empresas y los relacionados con el comercio al por mayor están muy concentrados en las grandes ciudades. Algunas actividades de servicios, como las relacionadas con la hostelería y la restauración, muestran pautas de localización específicas.

⁷⁰ Pero los modelos tradicionales siguen siendo válidos para una gran parte de servicios, pues los costes de transporte, aunque no tengan la importancia de antes, no han desaparecido totalmente, y la mayoría de los productores de servicios obtienen ventajas concurrenciales si se localizan lo más cerca posible de los utilizadores, sobre todo en los servicios a los consumidores. En el caso de los Servicios a las Empresas no sólo hay que tener en cuenta las distancias físicas, sino también las culturales. Así, con frecuencia, las PYMEs necesitan servicios comunes o triviales pero adaptados a sus características propias e individuales, lo que Illeris (1994) denomina “servicios no sofisticados hechos a medida”.

la naturaleza del servicio o de la relación de servicio, la clientela y el operador.

Figura 1.1: Elección de localización de una actividad de servicios.



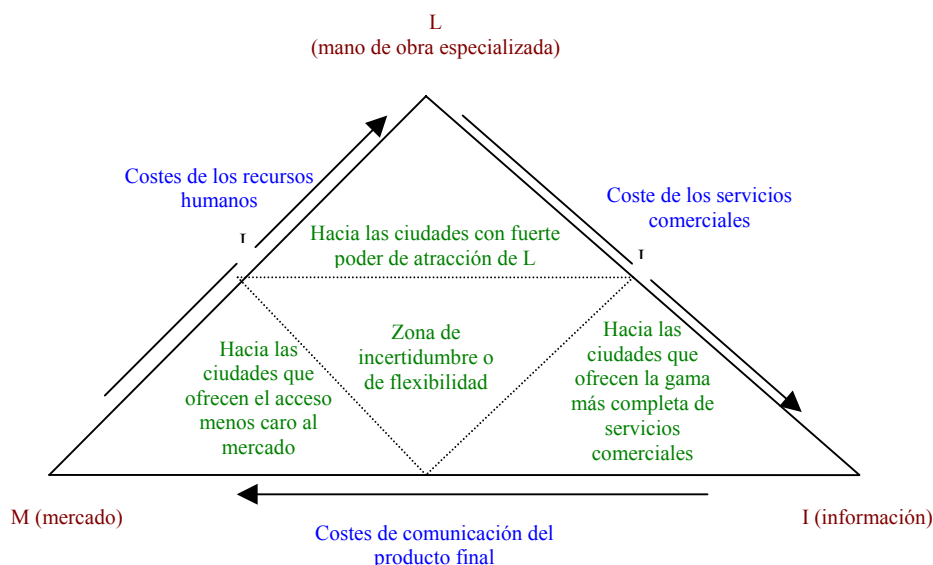
1. La naturaleza de la relación de servicio es el primer factor de disparidad en términos de elección de localización. El principal determinante es la relación cliente-oferente, que puede afectar en distintos sentidos:
 - Según *quién se desplace* para la prestación del servicio. Existen tres casos:
 - el cliente va al domicilio del oferente del servicio (se da principalmente en los servicios personales).
 - el oferente se desplace hacia el cliente –caso de algunos Servicios a las Empresas-.
 - la transacción no impone desplazamiento, estando en el origen del crecimiento de este grupo el desarrollo de las telecomunicaciones –videoconferencia, correo electrónico, “universidad abierta”, etc.-
 - Otra forma de clasificar las empresas en función de la relación de servicio es a partir de la *participación operacional del cliente y del control del proceso por este mismo cliente*, en cuyo caso se obtienen cuatro grupos (Véase Gadrey, 1994: 124-128)
 - La *frecuencia del uso*: servicio permanente –bancario, limpieza, seguridad, etc.-, servicio regular –contabilidad, etc.- o servicio ocasional –asesoría organizativa, etc.-
 - El *objeto del servicio* –tangible o informacional- también influirá en la decisión de localización, estando los servicios tangibles más condicionados por las necesidades de proximidad.
 - La posición del servicio en su *ciclo de vida* influencia sus necesidades en materia de localización y también su estrategia espacial. Así, los servicios nuevos se implantan primeramente en las grandes ciudades de las “regiones centrales”.

2. La clientela: pueden ser particulares o empresas. Los Servicios a las Empresas están menos dispersados que los servicios a particulares, siguiendo una tendencia al reagrupamiento, a la polarización mucho más fuerte⁷¹.
3. Naturaleza del operador, es decir, su pertenencia al sector privado o público. La lógica del primer grupo es maximizar el beneficio y la del segundo es más compleja, debiendo tratar de combinar una cierta rentabilidad y una preocupación de equidad.

B) La decisión de localización.

El proceso de decisión en la elección de localización en los servicios no parece ser muy diferente de aquél existente para la industria. Para ciertos servicios tradicionales, la elección de localización se realiza un poco por azar, eligiéndose a menudo una localización cercana al domicilio del empresario. No obstante, una elección reflexiva (opuesta a la anterior impulsiva) impone el seguimiento de cinco etapas (Mérenne-Schoumaker, 1996: 87,88): -definición precisa del proyecto; -identificación de las necesidades (por ejemplo, medios financieros, disponibilidades hipotecarias o inmobiliarias); -selección de alternativas; -comparación de alternativas; -elección.

Figura 1.2: Orientación macrogeográfica del terciario superior según la importancia de tres tipos de costes



Fuente: Polèse, M (1994: 286).

La optimización de la decisión está relacionada con la calidad de la información del decisor y su capacidad de poder tratarla, pudiendo ser facilitada por el recurso a modelos de localización⁷². A escala macroespacial, la elección de localización depende

⁷¹ En el siguiente capítulo se hará referencia a la localización de los Servicios a las Empresas. Acerca de este tema véase, por ejemplo, Cuadrado y del Río (1989), Zurbano (1996), Soy (1993), Illeris (1994), Rubalcaba (1996), Rubalcaba y otros (1998).

⁷² Entre estos modelos podemos distinguir dos grandes familias:

* Modelos de interacción espacial: tienden a tener en cuenta el comportamiento espacial del consumidor,

de la importancia relativa de tres tipos de costes: los costes de comunicación del servicio final al cliente, los costes de información y los costes de recursos humanos; por ello, sobre todo para los servicios del terciario superior, existen tres grandes alternativas de entorno urbano (ver gráfico 1.2): los grandes mercados, los principales centros de servicios comerciales y las ciudades atrayentes de mano de obra especializada (Polèse, 1994).

Por lo que respecta a la localización de los servicios, se ha comentado que hay que tener en cuenta la heterogeneidad del sector, pues no todas las actividades encuadradas dentro del mismo obedecen a un mismo comportamiento locacional. Pues bien, los Servicios a las Empresas pueden estudiarse como un caso particular. Este tipo de servicios ocupa una posición preponderante dentro de lo que se ha denominado terciario “avanzado”, básicamente por su carácter estratégico.

Siguiendo la distinción realizada por Bonamy y Valeyre (1994) y la importancia de las relaciones de servicio, *“se puede distinguir, de una parte, las actividades en las que la relación de servicio juega un papel central y, de otra, las actividades en las que la relación de servicio queda poco desarrollada”*. A priori, estas últimas siguen una lógica de localización externa, observándose para ellas la estructura espacial jerarquizada habitual, como puede observarse en la banca y los seguros. (Jayet, 1994).

Es importante tener en cuenta que los nuevos sistemas de información a raíz del desarrollo de las nuevas tecnologías actúan debilitando los efectos de la distancia y desvalorizando la proximidad geográfica como fuertes determinantes en la ordenación de los elementos funcionales de las organizaciones. Esto no significa que ya no sea importante para ciertos servicios las relaciones “cara a cara”.

Como hemos comentado, no es fácil detectar cuáles son los criterios de localización que realmente manejan las empresas, pero en el caso de los Servicios a las Empresas esta tarea se complica aún más dada la gran heterogeneidad cuantitativa y cualitativa en sus requerimientos espaciales, de forma que la única posibilidad es partir de la realización de estudios empíricos concretos.

C) La concentración geográfica de las sedes sociales.

La localización de las sedes sociales de las grandes empresas está estrechamente relacionada con los procesos de desarrollo de las áreas en las que se implantan y de las que reciben sus influencias (Moreno y Escolano, 1992). Son abundantes los estudios

refiriéndose principalmente a las actividades banales, es decir, servicios a las personas. La elección viene motivada por la comparación entre distancia y atractivo del emplazamiento, de manera que el productor puede captar compradores más alejados incrementando el atractivo de su punto de venta, por ejemplo, situándose cerca de otros vendedores. Estos modelos permiten estimar la probabilidad de que un cliente medio de un barrio *i* frecuente el lugar *j*, y a partir de ahí comparar varias localizaciones potenciales y elegir una (Ver Beguin, H. (1995), “La localisation des activités banales” en Bailly, A.; Ferras, R. y Pumain, D. (dir.), páginas 500, 501. Citado en Mérenne-Schoumaker, 1996).

* Modelos de localización-afectación: se interesan por la localización óptima de actividades tanto específicas como banales, y concernientes también al conjunto de las actividades terciarias. Se basan en la teoría de Weber que asimila la localización óptima de una actividad a la que minimiza el coste total de transporte de inputs y outputs. Estos modelos determinan a la vez la localización óptima de los puntos de venta de una actividad y la afectación geográfica de los clientes a estos puntos de venta, es decir, las áreas de mercado (Ver Beguin, H. (1995), páginas 509-512).

empíricos realizados sobre el tema, refiriéndose algunos, los más numerosos, al examen de la distribución espacial de los domicilios sociales de las mayores empresas (“*head quarters*” según Dicken), mientras otros realizan análisis sobre unidades espaciales heterogéneas –un país, una región, una provincia, etc.- con el fin de valorar el control y sus repercusiones, derivadas de la radicación de empresas con sede social fuera del área seleccionada (por ejemplo, Martinelli (1989, 1991, 2000) para el caso del Mezzogiorno en Italia).

De los trabajos del primer grupo se deduce la tendencia a la concentración territorial de las sedes sociales. De hecho, se produce un proceso cuyas manifestaciones espaciales, aparentemente opuestas, son de hecho complementarias: la disociación territorial de las actividades de dirección y fabricación, y la elevada concentración de las sedes sociales en determinados lugares, destacando entre los componentes que intervienen en la materialización de este modelo territorial, la incidencia de la innovación tecnológica⁷³.

Como indican Méndez y Caravaca (1996), la localización espacial de las empresas transnacionales es el resultado de decisiones bastante elaboradas, que responden a criterios de racionalidad económica. La mayoría de las implantaciones se producen en los países de la Triada –Estados Unidos, Japón, Unión Europea-, que cuentan con los mercados de consumo más amplios, los trabajadores más cualificados, etc. A partir de esos tres polos, tienden a configurarse grandes mercados regionales en los que operan las transnacionales que proceden de los países dominantes en cada área, que, por su parte, sitúan otros establecimientos en países periféricos, en principio para aprovechar sus bajos costes de producción. De este modo, se puede concluir que los centros de dirección de las filiales y una parte de la producción se sitúa en las regiones más dinámicas, y sólo la producción más banal y de menor valor añadido se dispersa en busca de mano de obra más barata y menos organizada, alcanzando ciertas regiones deprimidas, generando con frecuencia fenómenos de *enclave*.

Los territorios en los que se concentran estos centros de dirección se convierten en focos de poder, polos privilegiados del asimétrico espacio mundial de flujos que se está configurando (Moreno y Escolano, 1992). Las regiones en las que se encuentran estos centros neurálgicos de las compañías que operan a escala mundial se encuentran, como hemos comentado, en Estados Unidos, Japón y Europa, destacando las denominadas por Sassen “*global cities*” –“*ciudades globales*”-: Nueva York, Tokio y Londres. La mayor concentración a escala mundial se produce con respecto a las finanzas, para las que más de dos terceras partes de las transacciones mundiales se negocian únicamente en las tres ciudades –“polos”- citadas. Esta concentración financiera va unida a la creación de una multitud de empleos en los sectores de servicios, destinados a las grandes empresas mundiales, perfilándose así la “*ciudad global*”, en la que la periferia es el mundo, y en la que la economía se estructura de manera mucho más fuerte por la red primaria intermetropolitana que por las relaciones verticales con las zonas o metrópolis secundarias (Sassen, 1991).

⁷³ De este modo, se han conformado dos tipos fundamentales de espacios geográficos (Moreno y Escolano, 1992):

- Un reducido número de centros que se caracterizan por la acumulación de tareas de dirección y abundante trabajo indirecto, que en su actuación conforman entramados de redes a diversas escalas.
- Abundantes y diseminados emplazamientos en los que se instalan las plantas fabriles de transformación, en las que predomina el trabajo directo y la escasa autonomía en la gestión.

A escala nacional también existen contrastes en lo referente a la concentración y variedad de los procesos de dispersión espacial. Así, en España, existe una intensa polarización de las sedes sociales de empresas en Madrid (Ballesteros y Gámir, 1989, citado en Moreno y Escolano, 1992). Esto mismo ha sido demostrado en Bruselas por Mérenne-Schoumaker, en Dinamarca por Illeris, etc.

Se puede decir que existen dos modelos de localización de las sedes sociales de las empresas: el funcional, mayoritario, que prefiere las grandes ciudades que ofrecen un complejo de servicios públicos y privados, y el sectorial, que se decanta por las aglomeraciones de actividades productivas de un sector determinado. Las consecuencias de la concentración de las sedes sociales en determinadas ciudades se traducen en el incremento de los desequilibrios regionales. Esta concentración origina una mejora y aumento de toda clase de servicios en las áreas que las poseen, debido a la gran demanda que generan. Así, Londres, Madrid o Barcelona, por ejemplo, están mejor dotadas de aeropuertos, hoteles, y otras infraestructuras, que cualquier otra ciudad.

1.5- El papel de los servicios en la globalización. Algunas reflexiones sobre los cambios experimentados por el sector.

Hemos indicado anteriormente que los servicios han aumentado su presencia en la economía y que su papel en la misma se ha ido modificando a lo largo del tiempo. Para comprender la naturaleza de este aumento de los servicios y lo que está en juego en el mismo, como indica Gibert (1990), no es posible limitarse a la situación de una sola nación. A causa de la mundialización de la economía, que se ha ido incrementando en estos últimos años, es necesario hacer un breve repaso sobre los procesos de internacionalización y globalización, para ver cuál ha sido su incidencia en el campo de los servicios.

Hay que señalar que existen importantes diferencias entre países, lo cual plantea dificultades a la hora de realizar análisis comparados⁷⁴. Sin embargo, podemos observar una serie de grandes tendencias que afectan a la mayoría de las economías avanzadas. Estas tendencias se pueden detectar mediante el uso de diferentes tipos de indicadores, los cuales se pueden clasificar en dos grupos, uno referido al grado de relación existente entre la importancia de los servicios y el “nivel de desarrollo” alcanzado por cada país⁷⁵, y el otro relativo a la importancia alcanzada por la población ocupada en los distintos subsectores de servicios y a las características del empleo en los mismos.

⁷⁴ La carencia de buenas estadísticas sobre las actividades de servicios constituye un hecho generalizado, del cual España no es una excepción, y que dificulta la comparación con gran parte de los países de nuestro entorno. Las deficiencias estadísticas que se producen en el sector se deben, entre otras, a que no se realizan en nuestro país, ni por el INE ni por otros organismos, investigaciones anuales específicas sobre un número extenso de ramas del sector, por lo que las estimaciones oficiales en cuanto a la Contabilidad Nacional y Regional tienen un componente considerable de estimación indirecta de los valores económicos del sector servicios. (Alcaide, 1990)

En parte, los problemas que se plantean y que dificultan la realización de estudios de este sector se derivan de que en el mismo se agregan, de modo artificial, un conjunto de actividades heterogéneas que invalidan el que se pueda tomar como referencia datos globales. Por otro lado, se han estudiado los cambios producidos en el sector contraponiendo la industria y los servicios como si se tratase de dos esferas independientes de la actividad económica, lo cual conduce a graves errores.

⁷⁵ Ver Rubalcaba (1996).

Los servicios han pasado de atender las funciones puramente administrativas, como hacían en los años cincuenta y sesenta, a desempeñar un papel estratégico, que se basa en su capacidad para favorecer la adaptación del sistema productivo a los cambios económicos, tecnológicos y sociales, destacando entre ellos los denominados servicios a la producción⁷⁶. Si se observa la evolución de los servicios en las últimas décadas en las economías “centrales”, se pueden distinguir cuatro etapas. El cuadro 1.1 presenta resumidamente los cambios en los servicios desde los sesenta a nuestros días.

A medida que ha ido cambiando la forma de organizarse la producción, el papel de los servicios ha ido sufriendo importantes transformaciones, de manera que, como hemos visto anteriormente, se ha pasado de una situación en que los mismos eran considerados como actividades marginales dentro del proceso productivo, hasta adquirir la importancia que tienen en la actualidad, cuando la mayor parte de las economías son definidas como “economías de servicios”, en el sentido de que estas actividades representan la mayor parte tanto de la producción como del empleo. Y más allá del peso o del crecimiento de los servicios en un contexto nacional o regional, otro hecho que confirma el avance de los servicios es su peso creciente en el comercio internacional⁷⁷.

Pero, lo más importante en esta transformación es que la importancia adquirida por las actividades consideradas dentro del Sector Servicios no es tanto cuantitativa como cualitativa, produciéndose un cambio importante en la organización de la producción, distribución y consumo de éstos, sobre todo en aquéllos relacionados de manera más directa con la producción industrial, que, como ya hemos comentado y veremos con más profundidad en el siguiente capítulo, tienen una importancia estratégica para el desarrollo de países y regiones.

Cuadro 1.1: Principales transformaciones en los servicios en las últimas décadas.

Años 60	Años 70	Años 80	Años 90
- Servicios tradicionales	- Servicios de masa - Economías de escala - Acento sobre la productividad - Clientela pasiva y poco fragmentada	- Concepción de la producción en relación con la función comercial y el marketing - Economías de escala y alcance - Clientela más participativa y segmentada	- Prestación de servicios y venta de resultados, aconsejar, encontrar soluciones, reducir la incertidumbre - Prioridad a los servicios de valor añadido - Clientes activos y exigentes - Automatización de la parte simple del servicio
Servicios tradicionales, basados en relaciones personalizadas y en soportes técnicos rudimentarios	Aplicación de la industrialización y producción en masa de los servicios estandarizados, tomando forma de “quasiproductos” a partir de sistemas técnicos pesados y centralizados.	No basta con concebir y producir los servicios, es necesario venderlos e ir al encuentro del cliente en un ambiente cada vez más concurrencial.	Ya no basta con su venta. También es necesario proponer servicios, es decir, soluciones más complejas, individualizadas, apoyadas sobre una gama extensa de “quasiproductos”. Paso de la estandarización de las prestaciones a la definición de métodos de resolución de problemas.
Servicios de transporte, comercio, hostelería, etc.	Estancamiento de los servicios tradicionales. Importancia de los servicios públicos.	Servicios a la producción: servicios financieros, Servicios a las Empresas, etc.	Servicios Avanzados a las Empresas, servicios de ocio, ciertos servicios personales: atención a mayores, etc.

Fuente: Elaboración propia.

⁷⁶ Aunque este papel estratégico se refiere a las “economías centrales”, puesto que en las “periféricas”, el desarrollo de estas actividades no es exactamente el mismo.

⁷⁷ Así, en 1994, las exportaciones de servicios comerciales superaban al valor conjunto de las exportaciones de productos agrícolas y de productos de las industrias extractivas (oro y petróleo incluidos) (Mérenne-Schoumaker, 1996).

1.5.1- El papel de los servicios en este entorno global. Situación actual.

En la denominada “sociedad industrial”, el modo de producción predominante era la producción en masa de largas series de bienes idénticos, la línea de montaje presentaba economías de escala que minimizaban los costes y los precios, el factor decisivo de producción era el capital invertido en máquinas, el trabajo era organizado según principios Tayloristas y Fordistas (cada trabajador producía, de manera mecánica y monótona, el máximo número de un mínimo de operaciones diferentes y sólo necesitaba un mínimo de adiestramiento), siendo el hombre el encargado de la producción mientras que la mujer se encargaba de las tareas domésticas, las empresas se fusionaban en grandes corporaciones con una integración vertical de las cadenas de producción, etc. Sin embargo, en la sociedad actual, la actividad más importante es la producción de servicios para la familia y servicios a la producción.

Los modos de producción han cambiado y, aunque sigan existiendo economías de escala, las series de producción tienden a acortarse, y adquieren una mayor importancia las economías de alcance. Los parámetros de competitividad, antes que los precios, son la calidad, la adaptación a la demanda de los diferentes segmentos del mercado, y los contenidos en servicios. Mientras las operaciones rutinarias son automatizadas, la mano de obra se ocupa de funciones de servicio tales como desarrollo, planificación, organización y marketing, convirtiéndose la interacción entre los servicios a la producción y la producción industrial en la fuerza directriz en la creación de valores económicos. La producción se hace cada vez más compleja, a la vez que más flexible y fácil de modificar, lo cual es posible gracias a las Nuevas Tecnologías de la Información, que permiten cambiar rápidamente los programas de las máquinas.

Estos cambios en los modos de producción han sido necesarios debido a los frecuentes cambios en los mercados. Éstos se han internacionalizado, pero, a su vez, requieren ajustes a las especiales características de los diferentes países e incluso regiones, pues los mercados nacionales se han segmentado de manera creciente, forzando la competitividad a diferenciar la producción cada vez más. De este modo, las pequeñas empresas adquieren cuotas de mercado y pueden ser competitivas a través de la flexibilidad y la calidad, mientras que las grandes corporaciones deben dar más independencia a sus divisiones para evitar la rigidez burocrática. La producción compleja y flexible requiere que se repartan responsabilidades para la realización de las diferentes tareas, lo que es facilitado por las Nuevas Tecnologías que rompen el monopolio de la organización jerárquica; crece el número de trabajos de planificación y relacionados con la toma de decisiones. También parecen tenerse en cuenta otros valores, como el medio ambiente, la calidad de vida y la autorealización.

El conocimiento, la creatividad y las habilidades cooperativas del personal son ahora los factores de producción más importantes. Generalmente se requieren crecientes habilidades, y se alargan los sistemas de educación y entrenamiento. Frente a los tradicionales antagonismos de clase, que no desaparecen, se observa una polarización entre una mayoría cualificada en el mercado de trabajo y una minoría sin adiestramiento o educación⁷⁸, a menudo desempleada. Normalmente la mayoría cualificada suele concentrarse en las “regiones centrales”, lo que supone un elemento más en el aumento de las disparidades regionales.

⁷⁸ Gavira (1999, 2000); Alonso (2000).

La necesidad de mayores cualificaciones tiene repercusiones en la producción. La mano de obra demanda trabajos más interesantes. Cada vez más trabajos utilizan tan sólo las cualidades intelectuales de los seres humanos, siendo cada vez menor la necesidad de trabajos manuales. Pero los cambios en la producción no pueden describirse tan sólo en términos puramente económicos (Illeris, 1991). La internacionalización de la producción hace que la cooperación internacional entre los estados sea necesaria, pero, al mismo tiempo, la creciente necesidad de innovación, flexibilidad y diferenciación hace que los gobiernos regionales y locales sean cada vez más importantes.

La división del trabajo entre individuos, al modo de la especialización taylorista, se ha reducido a favor de racionalizar las decisiones en condiciones complejas. Algunos sociólogos del trabajo hablan del fin de la división del trabajo, pero lo cierto es que ésta continúa existiendo entre empresas, sectores y regiones, a pesar de algunas tendencias opuestas a la idea del hágalo usted mismo. La especialización da lugar a una creciente necesidad de intercambio de información, bienes y personas. Lo que se ha producido es una transformación en la división del trabajo, que en la sociedad industrial representaba una cadena desde la producción primaria sobre la transformación manufacturera a la distribución y el consumo, estando limitadas las actividades de servicios al comercio y el transporte, un poco de regulación gubernamental y algunos servicios al consumo.

En la sociedad mucho más compleja que surge ahora, los servicios a la producción (por ejemplo, I+D, diseño, nuevos métodos de organización y gestión, marketing), tanto los realizados interna como externamente, son necesarios para la actuación de los productores, siendo también responsables de la innovación y dinamismo, así como de las ganancias de productividad que puedan obtenerse en el sistema productivo total. Los servicios de consumo final, a las familias, son también importantes, no sólo por el consumo, sino también porque la reproducción a través de la educación, sanidad, etc., de una fuerza de trabajo innovativa, cualificada y hábil, es condición *sine qua non* para la producción.

Algunas de las características de la “sociedad de servicios”, que tienen importantes consecuencias para el desarrollo económico regional son:

- a) El rápido crecimiento de la participación de los servicios, en particular los sofisticados servicios de información y los servicios a la producción, en la producción y el empleo total.
- b) La creciente importancia de la interacción entre productores y consumidores de servicios y del intercambio de información no programada y especializada.
- c) Las significativas mejoras en las tecnologías de telecomunicación y transporte que abaratan y hacen más rápidos los intercambios de bienes, personas e información.
- d) La creciente importancia de una mano de obra cualificada y creativa como factor clave de producción.

1.5.2- El comercio de servicios.

Antes de repasar brevemente la evolución e importancia del comercio internacional de servicios, creemos conveniente advertir la insuficiencia de la Teoría del Comercio Internacional, al no tener en cuenta el intercambio desigual, problema fundamental a la

hora de abordar el análisis de las distintas implicaciones en el crecimiento del comercio de servicios en las “regiones centrales” y en las “periféricas”⁷⁹.

A) Aspectos generales del comercio de servicios.

El crecimiento del comercio de productos manufacturados ha sido un fenómeno asociado a la industrialización de los diversos países. En las últimas décadas los servicios constituyen una proporción creciente del VAB y del empleo de los países llamados “centrales”, por lo que se espera también una mayor participación de los servicios en el comercio internacional, expectativa reforzada por algunos hechos como la comercialización internacional en los últimos años de algunos servicios –financieros, Servicios a las Empresas-, así como algunos intentos de liberalización y desregulación de los mercados nacionales e internacionales para los servicios.

La internacionalización comenzó por la industria manufacturera en los años setenta, pero durante los ochenta el tráfico de servicios comerciales creció más rápidamente. La globalización de la actividad manufacturera y de las industrias de servicios claves, ha sido un factor crucial en el crecimiento del nuevo complejo industrial dominado por las finanzas y los servicios a la producción. La dispersión⁸⁰ espacial de la producción, incluyendo su internacionalización, ha contribuido al crecimiento de nudos de servicios centralizados para la dirección y regulación del nuevo espacio económico⁸¹.

La internacionalización de los servicios presenta distintas modalidades, como pueden ser transacciones comerciales propiamente dichas –comercio internacional⁸²- o bien mediante inversiones directas, contratos de gestión, franquicia y una variedad de acuerdos de cooperación empresarial⁸³.

⁷⁹ Según Samir Amin (1974), la teoría economicista de las ventajas comparativas tiene un alcance muy limitado, ya que no puede dar cuenta de los dos hechos esenciales que caracterizan al desarrollo del comercio mundial en el marco del sistema capitalista, y que son: que el comercio entre “países desarrollados” de estructura semejante se desarrolla más rápidamente que entre “países centrales” y “periféricos”, y las formas sucesivas y diferentes de la especialización de la “periferia”.

⁸⁰ El término dispersión, aunque sugiere un aspecto geográfico, claramente conlleva una compleja reorganización política y técnica de la producción.

⁸¹ En los últimos años se ha producido una auténtica revolución en ciertos campos de lo que tradicionalmente se consideraban servicios. Así podemos referirnos a los siguientes:

a) En transportes y comunicaciones, la disminución de costes y de tiempos junto con el uso de Nuevas Tecnologías, han modificado las condiciones de “presencia” de los interesados en las relaciones comerciales.

b) En informática y en telecomunicaciones se han hecho presentes nuevos conceptos y nuevas necesidades, como las corrientes transfronterizas de datos. La telemática ha originado fórmulas distintas y posibilidades insospechadas para los sectores financieros, los seguros, etc.

c) Como ha destacado la OCDE, se ha registrado un cambio sutil, pero de importancia clave, en las técnicas y en los criterios de decisión de los agentes económicos. Por una parte, existe un mayor conocimiento de las herramientas utilizadas por todos y, por otra, se requiere una más amplia información acerca de lo que está simultáneamente ocurriendo a miles de kilómetros de distancia.

⁸² El comercio internacional es la parte más visible de la internacionalización de los servicios.

⁸³ Según Petit (1994: 291-293), la internacionalización de los servicios se realiza de cuatro formas:

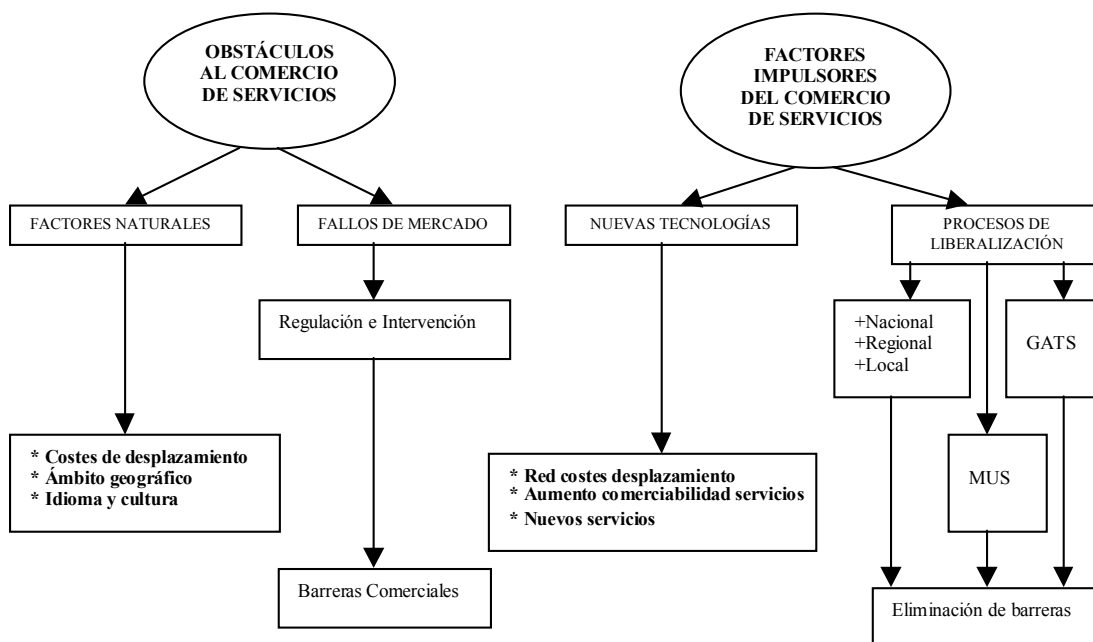
* Las prestaciones se producen en el país de origen y los utilizadores se desplazan.

* Las prestaciones se producen en el extranjero por personas enviadas por las empresas de los países de origen que pueden también disponer en el lugar del aporte de personal propio.

* Las prestaciones se realizan en el lugar por “filiales” de las empresas del país de origen –sucursales, franquicias, joint-ventures, agencias, etc.-

El cambio producido en los servicios desde la perspectiva de su comercialización se recoge esquemáticamente en la figura 1.3.

Figura 1.3: Factores a considerar en el comercio de servicios.



Fuente: González (1997)

B) Consideración del comercio de servicios en los foros internacionales.

En los foros internacionales, la cuestión del comercio internacional de servicios hace acto formal de presencia coincidiendo con las últimas actividades de la ronda de Tokio (1979). El tema se amplía en 1982, con ocasión de una importante reunión de las partes contratantes del GATT, que tenía el propósito básico de valorar los resultados de la ronda de Tokio⁸⁴.

En la octava ronda de negociaciones del GATT los “países desarrollados” solicitaron la inclusión del comercio internacional de servicios entre las cuestiones a debatir en el marco del establecimiento de concesiones y compromisos de alcance operativo propio

* Los servicios que contribuyen a transacciones del extranjero o hacia el extranjero, como las actividades de las casas de importación-exportación y despachos de estudios de mercado y de estudios jurídicos.

⁸⁴ En dicha reunión se pusieron de manifiesto dos tipos de posiciones:

- Por un lado, los países en desarrollo preocupados, entre otras cosas, por la falta de acciones concretas en áreas de su mayor interés.

- Por otro, Estados Unidos, apoyado tímidamente por la CEE, presionó para que en el programa de trabajo del GATT de los años siguientes se incluyese, entre otros temas, el comercio de servicios.

La primera forma en que las instituciones internacionales más prestigiosas, como la OCDE, han examinado cuantitativamente el comercio de servicios ha sido la comparación entre los ingresos y pagos por los diversos conceptos de intangibles de las balanzas de pago. Existen dudas sobre su valor como indicador de la realidad, pero han constituido el punto de partida de los estudios nacionales llevados a cabo en el período 1982-1984, y junto a los datos proporcionados por el FMI, tienen un papel destacado en los trabajos de la octava ronda.

del Acuerdo General. Los “países en desarrollo” se oponían y en la declaración de Punta del Este (septiembre de 1986) se acordó como solución que las materias estrictamente comerciales se incluirían en el mecanismo de negociación tradicional del GATT, mientras que en materia de comercio de servicios, de forma simultánea y paralela, se trabaja por conseguir una pluralidad de objetivos en el marco de una conferencia ministerial ad hoc⁸⁵.

Las consideraciones a que se llega a partir de los datos mencionados, basadas en datos cuantitativos, se deben completar con algunas observaciones de carácter cualitativo. Siguiendo la metodología de Nayyar (Díaz Mier, 1990) se pueden señalar las siguientes:

- * El comercio de servicios tiende a concentrarse en los países industrializados, siendo esta concentración mucho mayor que en el caso del comercio de mercancías.
- * Clara presencia de empresas multinacionales en el sector y principales subsectores.
- * Se ha registrado una internacionalización creciente.

El comercio de servicios entra en una nueva fase de desarrollo a partir de las negociaciones y acuerdos sobre el comercio de servicios en el seno del GATS⁸⁶. Realmente, según se extrae de la Declaración Ministerial de la 1ª Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio (OMC), celebrada en Singapur en Diciembre de 1996⁸⁷, se ha avanzado poco en algunas materias desde la firma del último Acuerdo en Marrakech en 1994 hasta finales de la década de los noventa.

C) Algunas cuestiones sobre el comercio internacional de servicios.

Son muchas las cuestiones que quedan abiertas en el comercio internacional de servicios, y es que el campo del comercio de servicios prácticamente se encuentra por explorar⁸⁸, y hay que tener en cuenta también que la competencia internacional en materia de servicios se basa más en las capacidades humanas, el entorno institucional y las redes internacionales que en la dotación de recursos. El comercio internacional de servicios responde principalmente a demandas intermedias, salvo en el caso del turismo, y, de este modo, relaciona desarrollo industrial con las actividades internacionales de servicios de transporte y Servicios especializados a Empresas. Esta complementariedad

⁸⁵ Los años siguientes (1988-1989) serían testigo de los primeros pasos importantes para cumplir el objetivo previsto de establecimiento de un marco multinacional. En diciembre de 1988, dentro del programa de negociaciones, se celebró una reunión en Montreal, en la que se realizó una valoración de las actividades, y que fue completada en abril de 1989 en Ginebra. En lo que se refiere específicamente a servicios, el documento final de la conferencia pone de manifiesto que se había producido una cierta identidad de puntos de vista entre participantes que hasta ese momento defendían posiciones encontradas.

⁸⁶ Acuerdo General sobre Comercio de Servicios. Se puede considerar que su nacimiento fue uno de los logros más importantes de la Ronda de Uruguay en 1994 (Díaz Mier y Mora, 2002).

⁸⁷ *“Se ha constatado que el cumplimiento de los objetivos acordados en Marrakech para las negociaciones sobre el mejoramiento del acceso a los mercados para servicios –servicios financieros, movimientos de personas físicas, servicios de transporte marítimo y telecomunicaciones básicas- ha sido difícil.*

Los resultados han sido inferiores a las expectativas. En tres sectores ha sido necesario prolongar las negociaciones más allá de los plazos inicialmente establecidos.[...]” (OMC, 1997, pág. 9)

⁸⁸ Las mutaciones vertiginosas del mundo de los servicios, con su internacionalización creciente, han empezado a despertar un nuevo interés por mejorar su conocimiento. Posiblemente, son las instituciones internacionales más afectadas por estas cuestiones (UNCTAD, OCDE, GATT y agencias especializadas del sistema de Naciones Unidas) las que están elaborando mayor número de trabajos, pero se está aún muy lejos de la abundancia y precisión de los datos que existen para el comercio de mercancías.

se ve reflejada en el crecimiento aproximadamente paralelo que se da entre el comercio en servicios y en bienes desde 1973 (Ochel y Wegner, 1987).

El peso y los resultados del comercio de servicios⁸⁹ varían entre economías. Así, mientras España financia las importaciones de manufacturas gracias a los excedentes de la balanza de servicios, otros países como Alemania, financian la compra de servicios gracias al superávit generado por sus transacciones industriales. Sin embargo, basarse en las estimaciones de la balanza de pagos constituye sólo una medida aproximada del complejo proceso de internacionalización de las actividades de servicios, pues la evidencia empírica muestra que la internacionalización, vía inversiones en el extranjero, acuerdos de cooperación y transacciones entre filiales y sedes centrales, tiene un impacto mayor en el caso de las empresas de servicios (García, 1996).

Al abordar el análisis de los flujos internacionales de servicios hay que tener en cuenta dos aspectos: cómo determinar cuándo una transacción de servicios es internacional y cómo definir qué transacciones internacionales son de servicios. Sassen (1991) indica que la distinción entre comercio, inversiones extranjeras directas y otros modos de distribución, es importante para propósitos conceptuales y estadísticos, y refiere dos aspectos importantes en la definición de comercio en servicios:

- Aislar la parte de propiedad de los afiliados extranjeros, para distinguir comercio en servicios de cartera de acciones y otros tipos de inversiones.
- La duración de las operaciones en un país extranjero en caso de movimiento de personal y maquinaria.

Las transacciones internacionales de servicios presentan ciertas peculiaridades, derivadas sobre todo del impacto de dos aspectos fundamentales en la producción y consumo de los servicios: **simultaneidad** y **proximidad**⁹⁰. Desde el punto de vista del comercio internacional⁹¹, todos los servicios pueden ser clasificados entre aquéllos que son comercializados con el desplazamiento de los factores productivos, y/o el desplazamiento del perceptor del servicio, y aquéllos para los que no se den tales desplazamientos. (González, 1990)

Recientemente, en muchos casos, la internacionalización de las empresas de servicios ha seguido a la gran oleada de multinacionalizaciones de las empresas industriales de los años 1965-1975. Esto es así en los Servicios a las Empresas como la auditoría, la publicidad, etc. La homogeneización de la demanda alrededor de las normas de consumo del capitalismo avanzado, que son intensivas en servicios, incluso aunque conciernen a los bienes, ha contribuido a tal proceso. A este respecto, la internacionalización de los servicios es igualmente el logro de los grandes grupos

⁸⁹ Una forma de cuantificar el crecimiento del comercio internacional de servicios es mediante el estudio de su evolución en el tiempo, y comparándolo con otros flujos internacionales, particularmente con el comercio de bienes. A partir de esta comparación se analizan las alteraciones en el peso de los servicios en las balanzas corrientes de distintos países y se precisará el peso que las rentas de inversiones en el extranjero tienen en las balanzas de servicios, ya que según Muñoz Cid (1990) la creciente importancia del comercio internacional de servicios en las balanzas corrientes de los “países centrales” se modera si se excluyen las rentas por inversiones en el extranjero, que es la partida más dinámica.

⁹⁰ Aunque se ha indicado anteriormente que las nuevas tecnologías han liberado a algunos servicios, y en ciertas condiciones, de la necesidad de proximidad, ésta aún persiste en gran número de ellos.

⁹¹ Véase Sampson y Snape (1985).

industriales, atentos a guardar el dominio sobre ciertas actividades importantes de servicios que son complementarias a sus operaciones centrales (Chesnais, 1994).

Como las actividades de servicios representan una porción creciente del producto y del empleo, hay una creencia extendida de que el comercio exterior de las “economías centrales” se basa cada vez más en las transacciones de servicios, en que el comercio de servicios se ha expandido más rápidamente que el comercio de bienes en la última década. Sin embargo, esta creencia no es del todo acertada, siendo necesario realizar algunas matizaciones. Las “economías centrales” parecen poseer ventajas comparativas en términos de técnicas y medioambiente, las cuales pueden explicar un incremento en el papel de los servicios en las cuentas nacionales. Sin embargo, una vez excluido el factor renta en la Balanza de Pagos, sólo crece efectivamente una parte del comercio en ciertos servicios especializados. El factor renta se corresponde casi totalmente con las ganancias de inversiones en el exterior, el resto está compuesto principalmente por transacciones gubernamentales (Landesman y Petit, 1995).

Lo cierto es que, a pesar de que se haya producido un mayor crecimiento en el comercio de intangibles en los últimos años, hoy día el porcentaje del comercio mundial en servicios es aún muy pequeño (22% en 1993) en comparación con su amplia participación en la producción y el empleo en las economías occidentales (superándose ampliamente el 50%) (Camacho, 1999). Junto con el comercio, un vehículo muy importante de internacionalización de servicios han sido las corporaciones internacionales, pudiéndose, según Ochel y Wegner (1987), equiparar en importancia a ambos factores en su contribución a la apertura exterior y progresiva integración de los diversos mercados de servicios nacionales y locales.

En el comercio de servicios, a los problemas intrínsecos a su propia naturaleza hay que añadir dificultades que surgen relacionadas con el marco en que desarrollan sus actividades, dada la existencia de barreras de entrada y regulaciones que limitan la competencia internacional en este ámbito (Camacho, 1999). Así, en la mayoría de países, el comercio de servicios está sometido a un mayor grado de intervención por parte de las autoridades que el resto de actividades productivas. Las barreras, en el caso de los servicios, son más de tipo cualitativo, lo que dificulta enormemente la medición de su alcance⁹².

D) Distintos comportamientos de las actividades de servicios dentro del comercio de servicios reales⁹³.

Dentro del comercio total de servicios reales hay que realizar algunas distinciones. Los servicios reales están compuestos por dos tipos diferentes de actividades:

⁹² Camacho (1999: 71-72) recoge un intento de tipificación de las barreras no arancelarias sobre el comercio internacional de servicios a partir de un trabajo de la UNCTAD y The World Bank (1994), en el que se diferencian tres tipologías: acceso al mercado, tratamiento nacional y otras medidas.

⁹³ Numerosos estudios aluden al aumento del comercio internacional de servicios refiriéndose al creciente flujo internacional de servicios que tradicionalmente no constituían objeto de comercio y que normalmente se englobaban dentro de las balanzas de pago en el epígrafe “otros servicios”, que incluye servicios contables, financieros, técnico-económicos, de informática y de información en general, etc. El incremento de estos flujos es compatible con una relativa estabilización de la participación de los servicios en la balanza corriente si se da una sustitución entre partidas en la propia balanza de servicios.

- aquéllas relacionadas con transporte transfronterizo, cuya situación es de declive en relación con el comercio de bienes.
- las otras, clasificadas como servicios a la producción⁹⁴, que mantienen un crecimiento en términos relativos. Estos servicios están estrechamente relacionados con la organización de las actividades productivas y el comercio.

Se pueden encontrar dos tipos de explicaciones acerca del crecimiento de este tipo de comercio:

* Uno analiza las *ventajas comparativas* que proceden de la específica dotación de factores, tal como se sugiere en la aproximación de Heckscher-Ohlin-Samuelson⁹⁵.

* El otro apunta a *cuestiones organizacionales* ligadas a la reorganización a escala mundial del nivel de producción de manufacturas y del comercio de bienes.

La explicación de las pautas del comercio internacional de servicios es motivo de un vivo debate, puesto que, aunque la ortodoxia del comercio internacional⁹⁶ enfatiza la estrecha relación entre los flujos comerciales y la existencia de ventajas comparativas, ha dejado abierta la cuestión sobre el origen de estas ventajas en un mundo caracterizado por el impacto de la innovación, la rápida sucesión de tecnologías y productos y la reorganización que afecta a los mercados como resultado de la *globalización*.

Así, hay algunos autores (Bhagwati) que consideran adecuada la extensión del modelo neoclásico al comercio de servicios, pero hay otros autores que se muestran muy críticos respecto a la validez de dicho modelo, y cuestionan el realismo de sus supuestos, y en particular el que alude al libre acceso de todos los países a una misma tecnología. Estos últimos autores consideran la mayor utilidad de las nuevas teorías del comercio internacional asociadas a los trabajos de Krugman, Grossman y Helpman, cuyos modelos incorporan los efectos de las economías de escala y alcance, las ventajas asociadas a la experiencia y al aprendizaje y el impacto de la desigual capacidad tecnológica de los países.

Pero la aplicación de estos modelos requiere la consideración de alguna de sus particularidades. Así, en el caso de los servicios, hay que diferenciar entre las economías de escala propiamente dichas y las derivadas de la reorganización de la producción. La obtención de importantes economías de escala en la producción de servicios está unida, sobre todo, al desarrollo de las Tecnologías de la Información, que han contribuido a la racionalización de la producción y a las ganancias de productividad y competitividad de estas actividades, y además han sido decisivas para la expansión de los mercados de servicios y su internacionalización. Por lo que se refiere a las economías de alcance, hay que tener presente que la diferenciación de los productos de

⁹⁴ El grupo de servicios a la producción es muy heterogéneo, de modo que se plantean problemas a la hora de realizar comparaciones entre distintos países. Existen dificultades para llevar a cabo una armonización de las clasificaciones, cada país tiende a producir su propia clasificación. Esta diversidad no es un simple artefacto estadístico sino que se corresponde con diferencias específicas en lo que podría considerarse como modelos de organización industrial nacionales e internacionales.

⁹⁵ La mayor parte de la literatura reciente aplica la teoría ortodoxa del comercio a los servicios, basándose en la tesis de Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS), la cual se basa en la importancia determinante de los factores endógenos. Sin embargo, esta teoría clásica del comercio internacional ha sido aplicada al comercio de servicios con un éxito limitado.

⁹⁶ A partir del modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson.

servicios es resultado de su elevada flexibilidad, lo que favorece la explotación de economías de gama y la tendencia a la *customización*⁹⁷ de los productos de servicios a bajo coste.

También hay que tener en cuenta la existencia de una importante diferencia en la dinámica de la competencia internacional entre bienes y servicios, ya que en el caso de los servicios, en particular ciertos Servicios Avanzados como los servicios de asesoramiento en I+D, la experiencia y el aprendizaje se traducen en el desarrollo de una mayor flexibilidad y adaptación, que permiten mantener ciertas ventajas competitivas a las empresas que primero entraron en los mercados.

La competencia ligada a la diferenciación de los servicios y la importancia de la calidad, así como los problemas derivados de las fuertes asimetrías de información, que caracterizan los intercambios de servicios, hacen de la reputación un factor crítico y el activo más valioso. Ahora bien, es la capacidad de acumulación de información sobre los clientes la que confiere a las empresas de servicios importantes ventajas competitivas.

Siguiendo las conclusiones del análisis efectuado por Landesmann y Petit, se puede afirmar que muchas de las singularidades del comercio en servicios a la producción pueden ser también relacionadas con las especificidades del comercio en bienes intermedios, donde la tesis de HOS no puede ser aplicada directamente debido a sus suposiciones referentes a la movilidad de los factores y a la disponibilidad de las tecnologías. De este modo se puede razonar que los Servicios a las Empresas deben ser tratados como intermediarios y así deben tender a ser intercambiables en ambas direcciones, consecuentemente el nivel de intracomercio sería muy alto.

Tres componentes analíticos podrían ayudar a desarrollar una aproximación alternativa para explicar las tendencias a la especialización y desespecialización en el comercio en los servicios a la producción: efectos de las economías de escala, economías de alcance y costes de transacción y estructuras organizacionales. (Landesman y Petit, 1995)

E) Liberalización del comercio de servicios.

Desde principios de los noventa asistimos a un proceso de eliminación de barreras y de apertura de algunos mercados al exterior. En este proceso, las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación son uno de los factores que tienen un importante papel, siendo uno de los motores de aproximación de los mercados de servicios. Otros factores que, junto con las NTIC, también influyen positivamente en el desarrollo del comercio de servicios, son los procesos de integración regional, como el caso de la Unión Europea, en cuyo seno se puso en marcha en 1993 el Mercado Único Europeo, que dio lugar al Mercado Único de Servicios, en el que se ha avanzado significativamente en el proceso de eliminación de barreras a la libre prestación de servicios⁹⁸.

La vía principal de superación de barreras por parte de las empresas de servicios es la inversión directa en el exterior, la cual está favoreciendo la internacionalización de

⁹⁷ *Customize* en inglés es cliente, por tanto la customización hace referencia a la producción individualizada, es decir, frente a la producción en masa, ahora se produce para el cliente específico, y ello gracias a la posibilidad de diferenciación de productos y servicios.

⁹⁸ Véase Camacho, 1999, páginas 75-76.

dichas empresas, principalmente en las de servicios a la producción. Este movimiento de liberalización del comercio de servicios se ha visto impulsado, fundamentalmente, por los Acuerdos del GATT de la Ronda de Uruguay (origen de la OMC) y por el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS).

F) Implicaciones regionales de las transacciones internacionales de servicios.

El proceso de creciente internacionalización de las actividades de servicios no es sólo un fenómeno cuantitativo, sino que también tienen lugar a través de su crecimiento interrelaciones con los productos manufactureros en el ámbito de las interacciones servindustriales y de su incorporación en las redes de producción, comercialización y comunicación. Este proceso de internacionalización plantea importantes interrogantes en aspectos relacionados con la incidencia de las actividades de Servicios a las Empresas en el desarrollo económico y, en concreto, en el desarrollo regional de “áreas periféricas” o “deprimidas” de los países capitalistas occidentales (Zurbano, 1996).

Por lo que respecta al desarrollo regional es importante tener en cuenta los efectos globales de los diferentes movimientos hacia la internacionalización de las transacciones de servicios. Primeramente hay que insistir en que la internacionalización es debida, en gran parte, a la expansión de las compañías multinacionales, cuyo impacto directo se da casi de forma exclusiva en la actividad económica de las “áreas metropolitanas centrales”, donde estas compañías se localizan preferentemente. Entre los impactos indirectos están los referentes a las relaciones de control y dominio de las sedes centrales localizadas en las “regiones centrales”, respecto a los establecimientos filiales. Estas sedes centrales concentran las funciones de servicios más estratégicos y vinculados estrechamente a la utilización de las nuevas tecnologías.

En las “regiones no centrales”, como ha sido demostrado por Martinelli (1989) para el caso del Mezzogiorno, los establecimientos de servicios con control externo están, generalmente, orientados hacia la oferta de servicios especializados y sofisticados, mientras que los establecimientos de capital y control local ofrecen servicios menos avanzados. Por consiguiente, *“como consecuencia del proceso de expansión de las grandes compañías multinacionales, la mayoría de las regiones pierden la capacidad de adquirir la iniciativa y el control de la oferta de servicios más estratégicos. Junto a esto, las regiones más periféricas sin acceso a las redes de producción y distribución de los servicios más avanzados quedan totalmente excluidas de la posibilidad de acceso al «saber-hacer» y al conocimiento tecnológico y científico que van unidos a la expansión de las redes de comunicación productiva y comercial”* (Zurbano, 1996: 180).

Junto a la expansión de las compañías multinacionales, la creciente comercialización exterior de los servicios es el otro factor de la creciente internacionalización de los flujos de servicios, la cual se está viendo intensificada por la liberalización exterior experimentada en la mayoría de los países occidentales. Ahora bien, esta intensificación de la comercialización de servicios tiene un impacto menor en las “regiones periféricas”, al disponer de menores mercados y con peor accesibilidad, lo cual viene a profundizar más la progresiva marginación de dichas regiones con respecto a las redes productivas y comerciales a través de las cuales discurre la senda tecnológica e innovadora y la norma productiva internacional (Zurbano, 1996).

La eliminación de las barreras comerciales y a la inversión en servicios tiene efectos directos e indirectos a escala regional. Por un lado, la eliminación de las restricciones a

la inversión extranjera, hace que las compañías de servicios más dinámicas e innovadoras de las “regiones periféricas” sufran directamente la competencia de las compañías de servicios multinacionales procedentes de las “regiones centrales” de Europa, Estados Unidos o Japón; además de que pueden ser participadas por dichas compañías del exterior. Todo ello podría llevar a una intensificación en la pérdida del potencial endógeno y a la formación de economías de servicios dependientes en las regiones donde exista una presencia del control exterior. De esta forma, las “regiones periféricas” no sólo perderían directamente la propiedad y el control de estrategias en esas empresas de servicios, sino que indirectamente esos establecimientos con control exterior reducirían la adquisición de recursos internos de procedencia local para satisfacerse con recursos procedentes de la “región central” donde se localiza la casa matriz, como ha sido demostrado para el Mezzogiorno por Martinelli (1989).

Por tanto, no se debe subestimar la importancia de la internacionalización de las transacciones de servicios en el desarrollo económico regional. Como dice Zurbano (1996), la liberalización de las transacciones de servicios, más allá de las posibilidades de generación de una rentabilidad estrictamente financiera o de capital, tiene una repercusión dual y contrapuesta, ya que de un lado, posibilita el acceso a las redes comerciales y productivas punteras en el ámbito internacional, lo que a escala regional supone la posibilidad de modernización del sistema productivo local; pero de otro, supone la inserción de la economía regional en una dinámica de dependencia estructural respecto a las “áreas centrales”.

1.5.3- Interdependencia entre la industria y los servicios⁹⁹. La nueva economía servindustrial¹⁰⁰.

El crecimiento económico en el siglo pasado ha coincidido con la denominada “terciarización” de las economías, proceso con el que se quiere referir al continuado ascenso de las actividades englobadas dentro del Sector Servicios, tanto en su participación en el empleo como en el VAB. Pero la consolidación de la economía de servicios no supone una ruptura con la economía industrial¹⁰¹. Todas las investigaciones recientes demuestran que el tipo de economía que se está desarrollando es una economía que integra los servicios y la industria, es decir, que el nuevo tipo de economía no deriva en la sociedad “postindustrial” postulada por algunos (Bell, 1973) sino la que se ha denominado economía “servindustrial”¹⁰².

⁹⁹ De las relaciones intersectoriales, la relación entre el Sector Industrial y el Sector Servicios ha sido la más referida en los distintos estudios. Sin embargo, como ha puesto de manifiesto Camacho (1999) para el caso de Andalucía, también es importante la relación entre el Sector Agrario y el Sector Servicios. En realidad lo que se observa actualmente es una mayor integración de las actividades de servicios con el conjunto del sistema productivo.

¹⁰⁰ Este concepto, que fue acuñado por Ruysen (1987), hace referencia a la nueva sociedad que se está desarrollando ante los intensos cambios acaecidos en las modernas economías, y su tránsito es facilitado precisamente por los Servicios Avanzados a las Empresas, actividades que definiremos en el capítulo 2.

¹⁰¹ Según Sayer y Walker (1992: 89,90): “*Los outputs de la industria pueden manifestarse como bienes o como servicios de trabajo, pero en lo esencial siguen siendo bienes por mucho que se hayan producido cambios importantes en la sustancia y el contenido de los productos industriales. Un gran número de sectores se denominan equivocadamente industrias de servicios a causa de la confusión reinante sobre las formas que presentan los productos del trabajo humano*”.

¹⁰² Sin embargo, durante bastante tiempo se ha defendido, por parte de los teóricos de los servicios, la idea de transición a una economía de servicios. Esta idea, según Sayer y Walker (1992), “[...] trata de

Los análisis más recientes, que vinculan el desplazamiento del empleo y de la producción a los servicios con los cambios en la organización industrial y del trabajo, se basan en dos hipótesis:

- * El crecimiento relativo y absoluto de los servicios se debe en gran medida al incremento de los niveles de integración de los servicios en el sistema productivo.
- * Esta integración debe atribuirse, sobre todo, al particular crecimiento de los servicios utilizados por la industria manufacturera de bienes.

Ultimamente se puede constatar que las actividades de servicios más dinámicas son, precisamente, las pertenecientes al grupo de los servicios a la producción, evolución que se puede deber a un significativo aumento de la demanda¹⁰³. La expansión de los servicios a la producción se debe, en parte, a los procesos de ajuste macroeconómicos de finales de los setenta, así como también, principalmente, a los procesos microeconómicos de racionalización de la producción industrial que, en los últimos años, han acelerado la división y especialización del trabajo y la producción¹⁰⁴.

Actualmente se ha superado el debate sobre la desindustrialización-terciarización, y los análisis se centran en la creciente integración y complementariedad de las actividades industriales y de servicios, eliminándose cualquier intento de analizar el trade-off entre ambas¹⁰⁵. Hoy, la relación entre los servicios y la industria es de interdependencia¹⁰⁶. En

aprehender de una manera sencilla las transformaciones más importantes del capitalismo contemporáneo, [...]”, siendo ésta la intención expresa de los esfuerzos de Fisher (1939) y Clark (1940) encaminados a distinguir entre sector primario, secundario y terciario. Estas tentativas fueron seguidas por las teorías del liberalismo de la posguerra, introduciendo la idea de una nueva economía industrial o postindustrial (Galbraith, 1967; Touraine, 1971; Bell, 1973), que mantuvieron su influencia en los pronunciamientos liberales posteriores (Stanback et alía, 1983; Nusbaumer, 1987). A finales de los ochenta la investigación sobre los servicios se ocupó principalmente de la estrategia económica en una era caracterizada por la decadencia industrial de buena parte de Europa y Norteamérica (por ejemplo, Elfring, 1988), siendo una de las afirmaciones repetida en la literatura de los servicios el que las economías de los países capitalistas avanzados han sufrido un cambio estructural, que les ha llevado a una situación en que los servicios representan más del 50% del PIB (para las comparaciones entre los países capitalistas avanzados, véase Singelman, 1978; Gershuny y Miles, 1983; Petit, 1986; Ochel y Wegner, 1987).

¹⁰³ El crecimiento de la demanda externa de servicios se ha visto favorecida por:

- La extraordinaria concentración de la actividad económica, principalmente la industrial, en grandes corporaciones transnacionales (Dicken, 1992), de manera que la reestructuración organizativa y productiva de estas grandes corporaciones industriales ha conducido a la externalización de ciertas funciones de servicios.
- La adopción de modelos de especialización flexible en la articulación del tejido empresarial, ya que la extraordinaria especialización productiva a la que se ha llegado, cuando está asociada a un alto contenido tecnológico, obliga a adquirir en el exterior ciertos servicios a la producción.

¹⁰⁴ Según Marcos y Palmero (1990): *“En las formas actuales de organización y división del trabajo, la interrelación entre la industria y los servicios es muy fuerte, de forma que se evidencia cómo la pretensión de una definitiva especialización terciaria regional carece de fundamentos que la avalen”.*

¹⁰⁵ Ya lo apuntaba Pou Serradell (1990) al decir que no se puede hablar con propiedad de “desindustrialización” sino más bien de una “nueva economía”, de una sociedad mixta “servindustrial” (combinación de servicios e industria), la cual se basaría en tres pilares:

- 1.- Contribución decisiva de la materia gris 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.

¹⁰⁶ Del Río (1992 a y b) estudia el proceso de cambio estructural en España, desde el análisis de la

esta relación tienen un papel importante las Nuevas Tecnologías, cuyo desarrollo posibilita la aparición y el rápido impulso de nuevos servicios.

1.5.3.1- Interdependencia entre la industria y los servicios.

El proceso de terciarización de las economías ha sido un hecho evidente en los últimos 50 años, y de manera especial en las dos últimas décadas. Actualmente, los servicios ocupan a más del 60% de la población europea. Pero esto no debe llevar a pensar que los servicios han avanzado por sí solos, ya que el crecimiento de éstos se ha producido de modo complementario y en estrecha relación con el crecimiento de la industria¹⁰⁷.

Hemos aludido anteriormente a los cambios que se han producido en estas últimas décadas en los procesos productivos como consecuencia de los fenómenos de mundialización de la economía. Uno de estos cambios más significativos en los sistemas productivos es la creciente integración entre industria y servicios¹⁰⁸, constituyendo los Servicios a las Empresas la máxima expresión de esta integración por un doble motivo: su crecimiento como actividad dentro del conjunto de la industria y su crecimiento cuantitativo como sector (González Romero, 1997; Rubalcaba, 1998).

Por ello se puede decir que los Servicios a las Empresas son el ejemplo más emblemático de la nueva sociedad servindustrial que proclamara el programa comunitario FAST, en 1987, en la que bienes y servicios están llamados a integrarse cada vez más (González Romero, 1997). En la actualidad se puede observar cómo la producción industrial, tanto de bienes como de servicios, tiende a generar compuestos de ambos. Los bienes incorporan servicios en la cadena de producción, en la venta, distribución y mantenimiento (terciarización de la industria). A su vez, los servicios incorporan cada vez más bienes en su producción (industrialización del terciario)¹⁰⁹.

terciarización industrial, la integración de los servicios en el sistema productivo y la industrialización de los servicios. Barò (1990), utilizando las Tablas Input-Output estableció unos índices de terciarización y de industrialización de los sectores productivos. Camacho (1999), utilizando también como instrumento analítico las Tablas Input-Output, realiza un estudio muy interesante para la estructura productiva andaluza, en el que se ponen de manifiesto no sólo las interrelaciones Industria-Servicios, sino también con el Sector Agrario.

¹⁰⁷ No hay que pasar por alto que, aunque en las economías avanzadas exista una creciente concentración del empleo y la producción en los servicios, éstas siguen basando principalmente su economía en el Sector Industrial, de modo que los servicios a la producción ocupan un lugar prioritario y central, puesto que son los servicios que permiten demostrar la creciente integración del sistema económico. Los servicios a la producción se consideran estratégicos en los procesos de innovación, en el crecimiento de la productividad y en la mejora de la competitividad de las empresas, así como que tienen una influencia decisiva para el desarrollo y crecimiento económico. Ahora bien, no se puede olvidar que los principales clientes de muchos servicios, principalmente los Servicios a las Empresas, continúan siendo las empresas manufactureras. Como dice Rubalcaba (2001), los Servicios a las Empresas se justifican en el desarrollo de productos materiales.

¹⁰⁸ La interdependencia entre bienes y servicios se manifiesta de dos formas: por el tipo de bienes producidos y por la forma de producirlos. Así, se puede comprobar la complementariedad existente entre ambos para satisfacer una necesidad. Además, numerosos servicios se utilizan como inputs intermedios en los procesos de fabricación y venta de bienes.

¹⁰⁹ Como afirma Wood (1991): *“Toda producción de bienes y servicios implica crecientes combinaciones complejas de inputs materiales y de servicios. Muchos bienes modernos están altamente personalizados o son intensivos en servicios, mientras que algunos servicios dependen fuertemente de bienes materiales”*.

La integración industria-servicios se manifiesta de dos formas (Bailly y Maillat, 1988):

- Empleos de servicios ligados a manufacturas situados en el interior de las empresas. Son los denominados “servicios internos”, que dan lugar al proceso de terciarización del sector manufacturero y que cada vez se muestran más esenciales para la producción. La división del trabajo, al originar una especialización de funciones que da lugar a un incremento de tareas, propicia el desarrollo de estos servicios internos. “*El movimiento de concentración de empresas, la internacionalización de la producción y la necesidad de utilizar las nuevas tecnologías contribuyen al reforzamiento del «terciario interno»*” (Bailly y Maillat, 1988: 37).
- Empleos de servicios ligados a manufacturas situados en el exterior: “servicios externos”, que provienen de empresas tradicionalmente clasificadas en el terciario que ofrecen sus servicios como inputs intermedios al sector manufacturero.

Se ha llegado a la conclusión de que no se pueden estudiar por separado los avances en la industria y en los servicios como procesos independientes, sino que es necesario tener en cuenta las relaciones de complementariedad existentes entre ambos sectores. De todo ello se alcanzará la conclusión de que será necesario fomentar la articulación entre ciertos servicios de alto valor añadido y la industria, con el fin de favorecer la modernización, productividad y competitividad de la misma. Pero el origen del crecimiento de las relaciones entre la industria y los servicios no viene determinada de forma unívoca, por lo que es necesario realizar un análisis de la estructura y la evolución de estas relaciones, que debe centrarse en la descomposición de los efectos de terciarización e integración producidos directa o indirectamente.

La integración entre industria y servicios implica una doble dirección: el flujo industria/servicios que indica los bienes industriales utilizados en la producción de servicios, y el flujo servicios/industria relativo a los servicios utilizados en la producción de bienes industriales, expresando la irrupción del sector terciario en el aparato industrial. Este último flujo puede presentar una doble vertiente (Cuadrado y Allende, 1995):

- ser analizado respecto a los sectores industriales, como *input* terciario incorporado en el producto de éstos, hablándose de la “terciarización” de los procesos industriales.
- ser analizado respecto a los sectores de servicios, como su participación en el proceso productivo de otras ramas en el sistema, indicando de este modo la “integración” de los sectores de servicios.

Es importante realizar también un estudio del contenido directo e indirecto de servicios por unidad de producto, analizando la integración vertical del sector, tanto hacia arriba como hacia abajo (índices de los “*backward linkages*” y “*forward linkages*”). Los primeros pasos en este terreno fueron dados por Carter y Brody para la economía americana y por Momigliano y Siniscalco para la italiana. Más recientes, destacan los trabajos de Caselli, Pastrello y Pellegrini también para la economía italiana y Baró para la española. Estos trabajos más recientes incorporan los avances producidos en los análisis de las TIO (Sáez, 1993).

Para el estudio de la demanda intermedia de servicios por el sistema productivo nos enfrentamos con la deficiencia de las fuentes de información. En España, las Tablas Input-Output de la economía española y la Encuesta Industrial de España son, a pesar de las limitaciones metodológicas que presentan, las dos fuentes básicas. Para el análisis regional, en el caso de Andalucía contamos con las Tablas Input-Output de Andalucía.

1.5.3.2- La sociedad integrada de bienes y servicios¹¹⁰.

La sociedad “servindustrial” implica la integración de bienes y servicios, de actividades de servicios y de actividades industriales. Este tipo de sociedad viene definida por una serie de rasgos (Rubalcaba y otros, 1998):

1. Difuminación de las fronteras sectoriales. Las tradicionales fronteras entre sectores, establecidas utilizando criterios como el de la actividad principal de la empresa, empiezan a ser cada vez más difusas. La presencia de compuestos bienes-servicios hace que sea difícil catalogar la actividad real de la empresa (Gutiérrez Junquera, 1993). Cada vez son más variadas las actividades que llevan a la producción de un bien o de un servicio. Para la producción de un bien industrial cada vez se requiere más de la utilización de servicios que constituyen actividades secundarias (Bailly y Maillat, 1988). Por su parte, la variedad de actividades de servicios hace que las fronteras para delimitar los diferentes subsectores se hallen difuminadas en la mayoría de los casos (Marshall, 1982, 1988 a).

2. Cambios de los procesos productivos. El hecho de tener que incorporar compuestos de bienes y servicios origina que se flexibilicen las estructuras productivas, de manera que se realice una producción mucho más funcional y horizontal.

3. La generación de nuevas tecnologías aplicadas. Los cambios habidos en los sistemas productivos están íntimamente relacionados con la aplicación generalizada de las Nuevas Tecnologías y, en particular, con la incorporación de la Tecnología de la Información. La información juega un papel estratégico en la transición de la sociedad industrial a la sociedad servindustrial. La incorporación de nuevas tecnologías, junto con la especialización, posibilitan una mayor flexibilidad de los procesos productivos y la creación de compuestos bien-servicio. Se pasa de la tradicional estructura rígida de las empresas a una división del trabajo mucho más horizontal, con más posibilidades para la especialización, la incorporación de servicios y la contratación externa.

4. La contribución decisiva del trabajo en la producción. En la sociedad industrial manufacturera el trabajo era un factor de producción fácilmente reemplazable y subordinado al capital. Esto cambia radicalmente en la sociedad servindustrial en la que prima el trabajo sobre el capital¹¹¹, y en la que la información y la formación del capital humano son factores estratégicos para el éxito de cualquier empresa. Con la incorporación de las Nuevas Tecnologías se han automatizado los trabajos más estandarizados, pero al mismo tiempo han aumentado en cantidad y calidad los trabajos más especializados y estratégicos, a lo que ha contribuido en gran medida las altas cualificaciones existentes en muchos tramos del mercado laboral.

5. Personalización y cercanía al cliente. En esta nueva sociedad se combinan tanto los bienes estandarizados manufactureros como los bienes más personalizados de la

¹¹⁰ El siguiente epígrafe está basado en el análisis recogido en la publicación sobre Servicios a Empresas en la Comunidad de Madrid (1998), realizado por los miembros de Servilab, dirigidos por Rubalcaba. Las principales diferencias entre sociedad industrial y sociedad de servicios han sido recogidas por autores como Ochel y Wegner (1987), Illeris (1991), y reorganizadas y ampliadas por Rubalcaba (1997).

¹¹¹ Para los trabajos muy específicos, que requieren de una cualificación precisa y de la intervención directa y supervisora de ciertas personas, pues el trabajo más estandarizado es fácilmente sustituible.

sociedad de servicios. Se produce un debilitamiento del consumo de masas, pasando a una producción más diferenciada y una mayor proximidad con los clientes (requerimiento de la mayoría de los servicios).

6. Maximización de la calidad. La maximización de beneficios sigue siendo un objetivo fundamental de las empresas, pero ahora se combinan dos elementos para tratar de lograrlo: la minimización de costes junto con la maximización de la calidad. El control de calidad se convierte en un servicio indispensable en la nueva sociedad servindustrial, en la que la maximización de la calidad es una característica típica y fundamental de la misma. Son factores fundamentales de competitividad los precios, la calidad, los servicios, la imagen, la reputación, etc., de forma que, en ocasiones, para conseguir fortalecer alguno de estos factores, las empresas buscan colaboraciones entre ellas.

7. Internacionalización y complejidad de los mercados. Los espacios geográficos están mucho más próximos gracias a los cambios productivos y a las Nuevas Tecnologías. Pero, al mismo tiempo, los mercados se han vuelto más complejos, debido a las necesidades de información y de nuevos servicios que faciliten la penetración en los nuevos mercados y la conexión entre diferentes lugares. De este modo, se puede afirmar que servicios e internacionalización son dos realidades cada vez más ligadas entre sí (Aharoni, 1993 y Daniels, 1993). Los mercados, al internacionalizarse, no se han homogeneizado, más bien al contrario, están más segmentados. Pero, si antes la segmentación coincidía con las fronteras nacionales, ahora lo hace con los tipos de clientes, los gustos, la falta de información y los elementos socio-culturales.

8. Tendencia a la concentración en las grandes ciudades. En los distintos estudios sobre localización de los servicios (Illeris, 1991, 1994, 1996 y 1997; Jayet, 1994; May, 1994), se observa que los servicios han inducido a la concentración de la actividad económica, principalmente en las grandes ciudades. Pero, se puede hablar de una doble tendencia, hacia una concentración predominantemente urbana y hacia una multilocalización permitida por las Nuevas Tecnologías y la división funcional en las empresas.

Los Servicios a las Empresas son la expresión más emblemática de la transición a la sociedad servindustrial (Rubalcaba, 1997; González Romero, 1997 y Soy, 1997), debido a una serie de factores relacionados con los que se están comentando:

1. Los Servicios a las Empresas directamente ligados a la transmisión de la información y de la comunicación (por ejemplo, implantación de sistemas telemáticos) están vinculados a todos los elementos de transición que se han señalado anteriormente.

2. Los Servicios a las Empresas han sido el resultado más llamativo de la flexibilización de los sistemas productivos. La mayor necesidad de servicios intermedios y las mayores facilidades para la subcontratación entroncan con la especialización de las empresas de Servicios a Empresas. Las empresas han podido alentar la oferta de servicios que antes o casi no existían o se prestaban internamente.

3. La organización del trabajo y la disposición de capital producen el aumento de los rendimientos de muchos Servicios a las Empresas como factores de producción básicos. Algunos Servicios a las Empresas se justifican en la asistencia al trabajo, como los servicios de selección de personal; otros en la disposición del capital y los procesos a él asignados, por ejemplo los servicios de ingeniería y servicios informáticos.

4. La diferenciación de productos y las necesidades de cercanía al cliente requieren muchos Servicios a las Empresas relacionados con las ventas (publicidad o *marketing* directo) y la adquisición o transmisión de información (ferias y exposiciones, estudios de mercado).

5. Los objetivos relacionados con la calidad requieren del uso directo de Servicios a las Empresas de control de calidad, pero también de otros servicios que pueden contribuir a la calidad en cualquiera de los procesos intermedios de la cadena de producción (por ejemplo, servicios de gestión).

6. La necesidad de competir al mismo tiempo en distintos frentes (precios, calidad, servicios, imagen, etc.) exige una estrategia de imagen a la que contribuyen con gran fuerza determinados Servicios a Empresas como los de publicidad, ferias y exposiciones o incluso algunos servicios operativos. Para la colaboración entre empresas es básica la presencia de servicios jurídicos, de auditoría y de gestión.

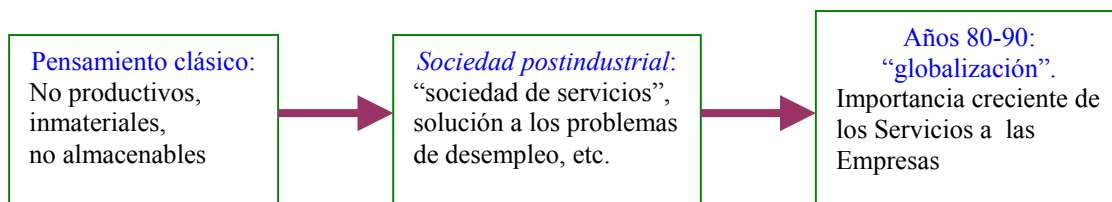
7. La mayor competencia exige tener una perspectiva global a la hora de actuar en unos mercados cada vez más amplios y complejos, para lo que son necesarios muchos Servicios a las Empresas especializados en estrategias internacionales (servicios de *management*) o en apertura de mercados (servicios a las exportaciones, ferias, etc.).

8. Los procesos de concentración urbana y los requerimientos de proximidad al cliente son elementos importantes de la nueva sociedad servindustrial, los cuales resultan decisivos para entender la lógica de los Servicios a las Empresas. Éstos requieren la proximidad física a las fuentes de información, a los clientes reales y potenciales y a la competencia. Por su parte, los Servicios a las Empresas más rutinarios permiten, los procesos de multilocalización.

Consideraciones finales del capítulo.

En este capítulo hemos expuesto cómo la creciente importancia, tanto cuantitativa como cualitativa, del Sector Servicios en las economías “centrales” principalmente, ha influido decisivamente en la proliferación de los estudios del sector desde distintos ámbitos (económico, geográfico, antropológico, etc.). La concepción que se tiene de las actividades de servicios ha ido cambiando a lo largo del tiempo, pasando de ser consideradas actividades residuales y llenas de connotaciones negativas, a otorgarles una importancia estratégica y decisiva para el “desarrollo económico”.

Evolución en el tratamiento de los servicios:



Recientemente han suscitado un gran interés los estudios del Sector Servicios, debido a la importancia significativa que ha alcanzado el mismo en las cifras económicas de los países industrializados principalmente, a los cuales se ha definido como economías terciarizadas. Sin embargo, este interés no supone que se haya alcanzado un consenso. Hay que decir que aún no existe una definición ni una tipología que recoja en su totalidad la complejidad de este sector tan heterogéneo. Las dificultades a la hora de analizar el sector se reflejan en la debilidad de las explicaciones acerca de los factores y causas de su crecimiento, que han contribuido a que se difundieran una serie de estereotipos, en particular los que se refieren a la *postindustrialización*, que acentúan el extraordinario crecimiento, relativo y absoluto, del empleo en los servicios, y a la *desindustrialización*, que surge a partir de la destrucción del empleo en la industria y de su concentración en los servicios.

La evolución en las pautas de consumo, en la organización del trabajo, la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, la creciente internacionalización de los mercados y la mundialización económica, son algunos de los factores que han influido en el notable incremento de las actividades de servicios. Todo ello ha llevado a modificaciones en los planteamientos acerca de la productividad de los servicios, de su influencia en la inflación y de la regulación del sector. Pero, debemos insistir en que casi todo lo que se ha escrito acerca del funcionamiento de los servicios se refiere a lo que sucede en las “economías centrales”.

Sin embargo, la distribución y evolución de las actividades terciarias no es geográficamente homogénea, sino que las actividades de servicios, y sobre todo algunas de ellas, tienden a desarrollarse de manera diferente en los distintos territorios, produciéndose desigualdades en su distribución espacial. En este capítulo hemos referido algunas teorías y aproximaciones empíricas que intentan explicar esta realidad.

Las economías de nuestro entorno se encuentran inmersas en una serie de procesos de reestructuración consecuencia directa de la globalización económica, todo lo cual tiene importantes repercusiones en los cambios experimentados por el Sector Servicios, el cual, a su vez, va a jugar un importante papel en las economías de nuestro entorno. La liberalización del comercio de servicios supondrá un incremento significativo en la internacionalización de estas actividades, aunque, debemos insistir, principalmente y de manera diferente en las “economías centrales”.

Los cambios estructurales sufridos por las economías de los países “centrales”, principalmente los relacionados con los cambios en la división del trabajo, conllevan una relación cada vez más estrecha entre producción de bienes y de servicios, que lleva a que se hable en los últimos años de la existencia de una economía “servindustrial”. Uno de los resultados de este proceso de integración entre bienes y servicios ha sido la dificultad para establecer una división entre ambos. Dado su carácter de servicios intermedios, los Servicios a las Empresas son el ejemplo más paradigmático de esta integración.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

CAPÍTULO 2
LOS SERVICIOS A EMPRESAS:
Definición y principales características.

Introducción.

En las últimas décadas, como hemos comentado en el capítulo anterior, se ha producido un avance espectacular de las actividades de servicios en su participación en el valor añadido y en el empleo en los países industrializados, lo que ha dado lugar a un creciente interés por estas actividades en los análisis económicos. Ahora bien, si se analiza el comportamiento del Sector Servicios, dada la heterogeneidad y variedad de actividades incluidas en el mismo¹, se puede observar que no todas las actividades han contribuido en igual medida a este singular aumento en los niveles de empleo y de producción que comentábamos anteriormente. Desde el inicio de la crisis de los setenta, los servicios de consumo final se han estabilizado, y en algunos casos incluso han retrocedido, y los servicios a la producción han manifestado un mayor dinamismo (Del Río, 1991). Pero no todos los servicios a la producción han crecido de forma tan espectacular, sino que ha aparecido una nueva rama de Servicios a las Empresas que es la que ha hecho posible que el sector terciario en su conjunto se haya considerado como creador neto de empleo: éstos son los Servicios Avanzados a las Empresas.

Los Servicios a las Empresas son unas actividades que resultan decisivas actualmente para la innovación, competitividad, internacionalización y productividad del moderno tejido industrial (Aharoni, 1993; Cuadrado y del Río, 1993; Daniels, 1993; De Bandt, 1995; del Río, 1996; González Romero, 1997, Rubalcaba, 1996). Como indican Barcet y Bonamy (1997), los Servicios a las Empresas representan un interés no sólo en sí mismos, sino por los efectos que pueden tener, los cuales serán mucho más importantes en la medida en que esta oferta de servicios sea capaz de crear y de innovar. A su vez, los Servicios Avanzados no son solamente meros seguidores de la actividad industrial, sino que pueden actuar también como factores de atracción (Rubalcaba, 1997).

En este capítulo presentamos el marco analítico con los rasgos básicos del sector de Servicios a las Empresas. Para ello partimos en primer lugar de un repaso a las principales aportaciones que se han realizado acerca del mismo, para intentar ubicarlo en el contexto del pensamiento económico. A partir de dichas aportaciones, optamos por una definición y clasificación de las actividades que se pueden considerar que integran dicho sector. Éste es un sector muy heterogéneo, en el que se incluyen cerca de 60 subsectores que van desde servicios muy operativos (limpieza, seguridad, etc.) hasta servicios estratégicos de gran valor añadido (asesoramiento en I+D, planificación estratégica, etc.), por lo que vamos a diferenciar entre los Servicios “tradicionales” a las Empresas y los Servicios “Avanzados” a las Empresas.

Una de las características de los servicios, como hemos visto en el capítulo 1, es su tendencia a concentrarse en las “áreas centrales”. Como veremos en este capítulo, esta tendencia parece acentuarse en el caso de los Servicios a las Empresas. La división espacial del trabajo realizada por las corporaciones multinacionales, con la concentración espacial de las producciones más avanzadas y de las casas matrices en unas pocas regiones –del “centro” por supuesto–, debe ser considerado como un factor determinante en la concentración de los Servicios a las Empresas.

¹ El Sector Servicios fue considerado en un principio como un "cajón de sastre" en el que se incluía todo lo que no fuesen actividades de la Agricultura o de la Industria.

Una vez visto qué se entiende por Servicios a las Empresas y, en particular, por Servicios Avanzados a las Empresas; es decir, qué son (concepto), cuáles son (clasificación) y cuál es su naturaleza, y tras haber afirmado su espectacular crecimiento en los últimos años, pasamos a analizar las razones que explican su crecimiento –es el sector que ha gozado de mayores tasas de crecimiento, incluso en etapas recesivas, destacándose una muy positiva relación con el ciclo económico-, así como el papel que éstos desempeñan con relación al “crecimiento” económico.

En estas últimas décadas se ha pasado de concebir a los servicios como meros seguidores pasivos de la localización industrial a considerarlos, especialmente a los más innovadores o avanzados, como un elemento fundamental en la creación de un ambiente favorable a la atracción de nuevas actividades en una región. De este modo, como veremos en este capítulo, los Servicios a las Empresas se han considerado como un factor de “desarrollo” regional. Sin embargo hay que decir que el mero hecho de incentivar estas actividades no garantiza que su funcionamiento sea el mismo en los diferentes espacios, es decir, sus efectos sobre las actividades económicas de un territorio no es el mismo si se trata de “regiones centrales” que si nos referimos a “regiones periféricas”.

2.1- Definición y clasificación de los Servicios a las Empresas.

Los problemas existentes a la hora de definir y clasificar las actividades integradas en el sector servicios se ven agravados en el caso de los Servicios a las Empresas. Por un lado, el pensamiento económico no ha dedicado una atención suficiente al estudio de las actividades denominadas de servicios hasta hace poco tiempo, debido a que tradicionalmente se las consideraba como actividades residuales y con una serie de connotaciones negativas –no productivas, no materiales, no almacenables, etc.- Si a esto agregamos el gran dinamismo que caracteriza a las actividades que componen el sector de Servicios a las Empresas, en cuyo caso constantemente están apareciendo nuevas actividades o transformándose las existentes, como podemos imaginar, la definición y clasificación de las mismas se complica bastante. En este apartado hacemos un breve repaso a las principales aportaciones sobre los Servicios a las Empresas, que ayuden a delimitar las actividades que pueden considerarse comprendidas en dicho grupo, y a entender sus principales características diferenciadoras.

2.1.1- Principales aportaciones.

En el capítulo anterior hemos realizado una breve revisión de la evolución en el estudio de las actividades de servicios, en la que se partía de una situación en la que estas actividades ocupaban un lugar totalmente residual y secundario, hasta llegar a nuestros días, en que los servicios son considerados como uno de los principales motores de crecimiento tanto del VAB como, especialmente, del empleo. El estudio de los Servicios a las Empresas hay que enmarcarlo dentro de esta evolución en el estudio del Sector Servicios. Se podría decir, en principio, que el análisis de los Servicios a las Empresas se origina dentro de los estudios desagregados del Sector Servicios².

² Dentro de los estudios desagregados del Sector Servicios se puede considerar, por un lado, el estudio de los servicios a los consumidores (comercio, transporte, turismo, etc.) y, por otro, el de los Servicios a las Empresas.

El primer trabajo que se puede considerar que supone una referencia significativa es el de Stigler (1956), que incluía una explicación sobre el crecimiento de los servicios a la producción. A su vez, el primer libro publicado sobre los Servicios a las Empresas es el de Greenfield en 1966. Sin embargo, durante los años setenta se produce un abandono de los estudios del sector, y hasta principios de los ochenta no se vuelve a retomar el tema (Marshall (1982) y Barcet, Bonamy y Mayère (1984)). La explosión en el estudio del sector surge a finales de los ochenta con una considerable proliferación de aportaciones diferentes en numerosos trabajos: Barcet y Bonamy (1985), Wood (1986), Coffey y Polèse (1987), Noyelle y Dutka (1988), Martini y Vairetti (1989), Illeris (1989), Martinelli (1989), O'Farrell, Hitchens y Moffat (1990-1994), Daniels y Moulaert (1991), Soy (1993), Esparza y Krmenek (1994), De Bandt (1995), Zurbano (1996), Rubalcaba (1996), y bastantes más.

La mayoría de estos autores suelen considerar diversos aspectos de la realidad de los Servicios a las Empresas, aunque la mayoría trabajan en dos temas recurrentes: la explicación del crecimiento del sector y el debate en torno al problema de la externalización y la internalización y, por otro lado, los problemas de localización e internacionalización. También se tratan las tradicionales cuestiones referentes a la definición, clasificación y naturaleza (objeto de este apartado). Entre los temas más recientes destaca el estudio de la evaluación de la efectividad de las prestaciones y el de las redes de colaboración.

Podemos señalar algunas aportaciones centrales o principales en el estudio de los Servicios a las Empresas, algunas de las cuales analizaremos más detenidamente cuando hagamos referencia específicamente al tema concreto al que dichas aportaciones se refieren:

1. *Explicación sobre el crecimiento de los Servicios a las Empresas y análisis de las causas y consecuencias del mismo.*

Uno de los temas que más han sido tratados por los distintos estudiosos de los Servicios a las Empresas a lo largo del tiempo es el de intentar explicar el crecimiento, para muchos tan significativo, de este tipo de actividades –por ejemplo, Greenfield, 1966; Coffey y Bailly, 1991, etc.- Las causas argumentadas para explicar el nacimiento de los Servicios a las Empresas son de índole muy diversa, implicando la creciente flexibilidad productiva, la externalización de servicios, la integración de bienes y servicios, las Nuevas Tecnologías, el crecimiento de las rentas, los procesos de internacionalización, y un largo etcétera.

En los estudios realizados sobre el Sector Servicios en general, el punto sintético suele ser un aspecto parcial, como la productividad (Gadrey, 1991; De Bandt, 1991, 1995), la renta o la tecnología (Howells y Green, 1988; Cuadrado y González, 1988). Rubalcaba, en su tesis, hace una aportación muy valiosa en este sentido, planteando una comprensión sistemática y global sobre las causas que explican cómo surgen los Servicios a las Empresas, convergiendo en la condición asimétrica de los mismos. También realiza un estudio sobre las funciones que el sector desarrolla en la economía³.

³ Otras aportaciones a considerar son las de Stanback et alia (1981); Gershuny y Miles (1983); Ochel y Wegner (1987); Kirk (1987); Petit (1987); Moulaert (1989); Martinelli (1989; 1991); Del Río (1991); Soy (1993 y 1997), etc. Por lo que respecta al papel que los Servicios a las Empresas desempeñan en la economía, se pueden encontrar algunas referencias en Barcet y Bonamy (1997), González Romero (1997), etc.

Wood (1991, 1997) también ofrece una explicación sobre las causas del crecimiento de los Servicios a las Empresas, en la que se tienen en cuenta distintas dimensiones. Este autor considera que el intercambio de la información y la innovación de la Tecnología de la Información sólo ofrecen explicaciones parciales, e incluye otras dimensiones importantes como las transformaciones organizativas y la creciente necesidad de conocimiento especializado, entre otras, y analiza sus implicaciones para el estudio de la reestructuración económica y el desarrollo regional, partiendo del análisis de las experiencias recientes en el Reino Unido.

2. *Debate en torno a los procesos de externalización e internalización.*

El análisis de los procesos de externalización, como elemento a tener en cuenta a la hora de analizar el crecimiento de estas actividades en los últimos años, ha sido motivo de numerosos estudios⁴. Desde una óptica microeconómica, se deben destacar las aportaciones de la Escuela “transaccional”⁵: Coase, 1937; Stigler, 1951; Alchian y Desmetz, 1972; Willianson, 1971, 1980, 1986; Blair y Kaserman, 1983; Casson, 1986. En particular, Willianson subraya la importancia de la “especificidad” de una fase del proceso productivo respecto a la actividad de las empresas y sus estrategias. Sobre los procesos de integración/desintegración vertical también se puede encontrar una breve reseña en el análisis de Del Monte y Martinelli, 1988. En cambio, acerca del papel de la existencia de una oferta externa puede consultarse Marshall, 1982.

3. *Consideración de los procesos de internacionalización.*

El desarrollo de este tipo de actividades está muy relacionado con los actuales procesos de internacionalización o, más bien, globalización económica⁶. Concretamente, la internacionalización de servicios es una de las líneas de investigación que más domina en el mundo de los servicios, destacando los trabajos de Bagwatti, 1987; Nusbaumer, 1987; Enderwick, 1987; Cuadrado y González, 1988; Illeris, 1989; Coffey y Bailly, 1991; Dicken, 1992; Ruane, 1993; Daniels, 1993. Más directamente relacionados con los Servicios a las Empresas, están los trabajos de Coffey y Polèse, 1987 a, 1987 b, 1991; Noyelle y Dutka, 1988; Rubalcaba, 1992 a, 1993; Aharoni, 1993; Dunning, 1993; Landesmann y Petit, 1995; Cuadrado y Rubalcaba, 1998; Roberts, 1999.

4. *Indagación en el papel de la incertidumbre y las expectativas.*

Rubalcaba (1996) analiza los procesos de incertidumbre y falta de información en la economía de los Servicios a las Empresas. A partir de la aplicación de Holmstrom (1985) sobre los problemas de información asimétrica en los servicios, elabora un marco de referencia más amplio para la comprensión de los Servicios a las Empresas y el

⁴ Aunque este tema será tratado más adelante, podemos enunciar aquí, entre otros, los trabajos de Stanback (1979), Stanback et alia (1981), Petit (1987), Gershuny (1987), Ochel y Wegner (1987), Howells y Green (1988), Cuadrado y González (1988), Illeris (1989), Cuadrado (1989), Goe (1990, 1991), Porter (1990), Perry (1990, 1992), O’Farrell y Hitchens (1990), Wood (1991), Coffey y Bailly (1991), Perry (1992), O’Farrell, Moffat y Hitchens (1993), Beyers y Lindahl (1994), Calza y Passaro (1994), Barcet y Bonamy (1997), etc.

⁵ Basada en los costes de transacción.

⁶ Aunque no centrados directamente en el tema de los servicios, podemos destacar las aportaciones de Castells, 1989, 1997; Amin, 1994; Sassen, 1991, 1998.

peculiar papel del tiempo y las expectativas en la coproducción del sector. También son importantes las aportaciones de Eigler y Langeard (1989) y Barcet y Bonamy (1994).

5. *Caracterización original de los mercados de los Servicios a las Empresas.*

Existen ciertos intentos por parte de algunos autores –Sapir (1993), Bowers (1994)-. Rubalcaba formaliza un modelo interpretativo fundamentado en la dualidad de los mercados y el carácter competitivo entre grandes y pequeñas empresas. Analiza los diversos equilibrios posibles en los mercados y los factores condicionantes de los mismos. González Romero (1997) realiza una sintética caracterización de los mercados de Servicios a las Empresas.

6. *Localización espacial de Servicios a las Empresas: procesos de concentración y descentralización.*

En el tema de la localización⁷ vamos a destacar aquéllas que hacen hincapié en la acentuación de los desequilibrios territoriales como consecuencia de la concentración de estas actividades en las “regiones centrales”. En este sentido, Martinelli (1989, 1991) realiza un análisis de la situación de las filiales y el subdesarrollo de los servicios, concretamente los servicios a la producción, en regiones periféricas, en concreto en el Sudeste italiano⁸.

Keeble, Bryson y Wood (1991) deducen de su análisis que desde el punto de vista de la localización, la evidencia muestra que en Gran Bretaña el crecimiento del empleo en las empresas de Servicios a Empresas en los ochenta ha contribuido poderosamente a la división Norte-Sur, lo que tiene consecuencias para el desarrollo regional⁹.

O’Farrell, Hitchens y Moffat (1993) destacan que “*La capacidad de las organizaciones industriales y de servicios para adaptarse a los cambios del mercado depende parcialmente de la disponibilidad y calidad de los servicios locales y, entonces, los*

⁷ Podemos referir, entre otras las aportaciones de Coffey y Polèse (1987), Illeris (1991, 1994, 1996, 1997), Martinelli (1991), Monnoyer y Philippe (1991), Bonamy y Valeyre (1994), Barcet y Bonamy (1994, 1997), Jayet (1994) Soy (1993, 1997), Rubalcaba y Cuadrado (1997), en general. Como estudios más concretos destacaremos a Marquand (1979), Daniels (1985), Green y Owen (1985), Marshall y Wood (1995) para Inglaterra; Martinelli (1984, 1989, 1991), Del Monte y Giannola (1984) para Italia; Lipietz (1980), Monnoyer y Philippe (1985, 1991) para Francia; Bade (1985) para Alemania; Stanback et alia (1981) y Clark (1985) para Estados Unidos, etc. La mayoría de ellas están fundamentadas mediante análisis empíricos y serán referidas más adelante.

⁸ Se plantea como objetivos, por un lado, valorar el papel de las características de producción y mercado (propietario, tamaño, etc.), y por otro, identificar diferentes comportamientos entre los establecimientos del Sur y del No-Sur, referentes a los tipos de oferta de servicios. Mantiene como tesis que la estructura dual y dependiente de la manufactura en el Sur supone un límite estructural por el lado de la demanda para el desarrollo de una oferta local de servicios tanto interna como externa.

⁹ La experiencia ofrecida por los Servicios a Empresas juega un papel múltiple en el desarrollo regional:
1º- Apoya la competitividad de otras empresas clientes regionales y de empresas clientes del sector público. Esto es especialmente valioso para las empresas pequeñas.

2º- La “expertise” de los Servicios a Empresas puede ser directamente exportada, en algunos casos añadiendo un significativo crecimiento a la región. Hay evidencia de que al menos algunas pequeñas empresas de Servicios a Empresas tienden a estar más orientadas al comercio interregional o más extenso que las ramas de las grandes compañías de Servicios a Empresas (Goe, 1990).

3º- La dependencia de las actividades de Servicios a Empresas basadas en información de altas rentas, de personal profesional, da considerable significatividad a la generación de empleo y renta local.

usuarios de las regiones periféricas estarían desaventajados si su economía local tiene un sector servicios no competitivo (Marshall, 1982). Sería necesario analizar el modo en que la ausencia de Servicios a Empresas en una región o bien la insuficiente competitividad de precios y calidad impide la competitividad local y agrava las diferencias económicas espaciales”. (O’Farrell and Hitchens, 1990).

7. *Actuaciones de política económica.*

Los Servicios a las Empresas se consideran estratégicos para el “desarrollo económico”, por lo que muchos autores opinan que es indispensable su consideración desde la política económica, sobre todo en lo que se refiere a la potenciación de las “economías periféricas”. Algunos de los principales autores que han incluido en sus análisis algunas reflexiones sobre la toma en consideración de estas actividades desde la política económica han sido: Del Río, Cuadrado, Lafuente Felez (1989), Coffey y Polèse (1989), González (1991), Martinelli (1991b), Soy (1993, 1997), Del Río (1996 y 1997), Zurbano (1996), etc.

Por ejemplo, Del Río (1997) plantea que las acciones a desarrollar por parte de la política económica deberán encuadrarse, básicamente, en una política regional que conjugue el desarrollo de los servicios y el apoyo a la investigación científica y tecnológica. Por su parte, Martinelli (1991b) indica que cualquier política de servicios debe tener una perspectiva integrada, microeconómica y estratégica¹⁰. Esta autora dedujo de sus análisis que las regiones periféricas tienen tres opciones: importar servicios, apoyar una oferta local como modo de sustituir importaciones o permitir y apoyar inversiones directas extrarregionales en servicios.

Zurbano (1996) indica que actualmente, las nuevas orientaciones en materia de política de servicios, cada vez más, adquieren una inclinación hacia una nueva estrategia de carácter más marcadamente estructural, que viene reforzada por las recientes tendencias en la transformación del sistema productivo que consolidan su creciente complejidad, una de cuyas principales manifestaciones es la progresiva interrelación servindustrial.

8. *Clasificaciones de los Servicios a las Empresas.*

Este tema va a ser tratado a continuación. Podemos destacar como aportaciones relevantes, por orden cronológico, las de Stigler (1956), Greenfield (1966), Fuchs (1968), Browning y Singelman (1978), Barcet y Bonamy (1985) y Rubalcaba (1996).

2.1.2- Clasificaciones de los Servicios a las Empresas.

Los problemas en la clasificación de los Servicios a las Empresas han sido mucho mayores que en los servicios en general, existiendo una multiplicidad de clasificaciones, así como también, incluso en la actualidad, una falta de criterios para ordenar su estudio. Se han realizado, y se siguen realizando, muchos intentos de clasificación de estas actividades, sin que aún se haya logrado una clasificación de aceptación

¹⁰ Si, como se ha comprobado, los Servicios a Empresas existen y se desarrollan allí donde hay una demanda desde el sistema productivo, esto significa que la estructura industrial de la región debe ser cuidadosamente valorada y que cualquier política de servicios debe estar fuertemente integrada con la política industrial, de forma que las políticas macroeconómicas no son suficientes y se necesita una aproximación microeconómica, vinculada a sectores y empresas específicas.

generalizada. Uno de los principales motivos de esta falta de acuerdo es, junto con la gran heterogeneidad de actividades incluidas en el sector, su extraordinario dinamismo.

Probablemente, la primera clasificación de los Servicios a las Empresas fue la expuesta por Stigler (1956) a partir de una serie de ocupaciones existentes en la ciudad de Nueva York. Esta clasificación, extensísima y algo desorganizada, es realmente una clasificación de lo que posteriormente se han denominado “servicios a la producción” (ver anexo 2, tabla A2.1).

Greenfield (1966) clasificó los servicios por el tipo de mercados al que se dirigen, y utilizó por primera vez la distinción entre servicios a la producción y Servicios a las Empresas, diferenciando en estos últimos tres tipos según su durabilidad: perecederos (servicios de limpieza), semiduraderos (servicios de publicidad) y duraderos (servicios de I+D). Pronto, los Servicios a las Empresas comenzaron a ser analizados de forma desagregada, pero con análisis aún bastante desordenados y poco claros¹¹.

Durante los años ochenta, debido al creciente interés por los Servicios a las Empresas se produce un considerable número de clasificaciones, la mayoría de las cuales se encuadran en dos grandes tipos: la estadística oficial procedente de las clasificaciones internacionales de servicios (como la Nace revisión 1) y las clasificaciones privadas de tipo funcional.

Las distintas clasificaciones existentes varían según se hayan realizado en base a uno de estos dos criterios (Cuadrado y Del Río, 1989):

- 1ª- Vinculando la producción y prestación del servicio a la presencia de Nuevas Tecnologías. Esta clasificación distingue los Servicios “tradicionales” a las Empresas (ligados a la fase inicial del proceso de innovación tecnológica en curso) de los Servicios “Avanzados” a las Empresas (ligados a la fase superior del mismo).
- 2ª- Teniendo en cuenta la organización funcional interna de las propias empresas productivas¹².

Una de estas clasificaciones (Barcet y Bonamy, 1985) considera tres bloques de servicios que se corresponden con tres importantes funciones que definirían la actividad principal de la empresa, que son las de “Administración General”, “Comercialización y Transporte” y “Administración de la Producción”. En el *Panorama of the EU Industry* los sectores de Servicios a las Empresas se agrupan en seis funciones: Administración-Gestión; Producción-Alquileres; Personal; Información-Mercado; Marketing-Comunicaciones; Función Operativa (Ver anexo 2, tabla A2.2).

Una clasificación que desde el punto de vista analítico ha sido objeto de una aceptación creciente, siendo utilizada por diversos estudiosos del tema (García de la Cruz, 1993; Del

¹¹ Por ejemplo, en el trabajo de Fuchs (1968) los Servicios a las Empresas no son agregados bajo una misma categoría, sino separados y anexionados a otros grupos. En el trabajo empírico existe una única categoría para agrupar a todos estos servicios tan heterogéneos. En la clasificación de Browning y Singelmann (1978) los Servicios a las Empresas son considerados en un grupo independiente, pero asimilado a la categoría de servicios a la producción.

¹² Según este último criterio se han realizado distintas clasificaciones, las cuales van evolucionando con el transcurso del tiempo, al irse conociendo nuevas actividades o al modificarse algunas de las existentes. En algunas de estas clasificaciones se excluyen los servicios financieros, al considerar tan sólo los servicios reales, mientras en otras sí se incluyen. Hay algunas que consideran como una de las funciones la de transporte, sin embargo en otras la función de transporte no es incluida para la clasificación de las actividades consideradas como Servicios a las Empresas.

Río, 1997; Soy, 1997; etc.) es la elaborada por la Comisión de las Comunidades Europeas (Ver anexo 2, tabla A2.3).

Las estadísticas oficiales tienen el inconveniente de considerar a los Servicios a las Empresas de forma marginal¹³. Así, en la Nace revisión 1, propuesta por Eurostat para acabar con la consideración marginal de los servicios, sigue existiendo una cierta confusión y marginalidad respecto a los Servicios a las Empresas, utilizándose el término “otros” para referirse a los servicios que se consideran arbitrariamente menos importantes (ver anexo 2, tabla A2.4). Las clasificaciones por producto añaden la dificultad de definir los productos existentes en los Servicios a las Empresas, y las clasificaciones por actividad tienen el grave inconveniente de considerar que, por ejemplo, el abogado de una empresa manufacturera pertenece a la industria, mientras que un obrero que trabaja en una empresa de diseño pertenece a los servicios (Rubalcaba, 1996).

Las clasificaciones privadas clasifican a los Servicios a las Empresas según la función que realicen en el desarrollo de la actividad productiva de la empresa. La propuesta en el programa FAST (Comisión Europea, 1989) sintetiza este tipo de aproximación, cuyo objetivo es identificar las funciones que justifican el uso de estas actividades de servicios para una empresa y, a partir de ellas, asociar los distintos servicios implicados.

Hay clasificaciones según el servicio, que distinguen entre servicios de uso obligado (por necesidad de funcionamiento), obligatorio (por necesidades legales), o avanzados (vinculados a nuevas tecnologías o a áreas estratégicas)¹⁴. Desde el punto de vista de la política industrial se pueden distinguir dentro de los Servicios a las Empresas varios tipos de funciones teniendo en cuenta (Mas, 1992):

- 1.- El valor añadido que cada servicio aporta a la producción de bienes.
- 2.- La forma en que cada servicio es suministrado por el mercado.

Otras clasificaciones tienen en cuenta el lugar de la provisión, separando los servicios producidos en el interior de la empresa de los producidos en el exterior. Existen otras, en las que se consideran otros factores, no existiendo un consenso sobre los criterios a seguir para agrupar las diversas y heterogéneas actividades que se pueden incluir en el sector. En muchos casos, la realidad de las estadísticas existentes y disponibles suponen una limitación importante, no permitiéndonos más que un tipo de clasificación limitado.

Teniendo todo esto en cuenta, y dado que toda clasificación es discrecional y, por tanto, subjetiva, pero siempre necesaria (Maqueda y Llaguno, 1995), debemos reconocer las limitaciones de la clasificación por la que optemos, e intentar que ésta proporcione la máxima fiabilidad y objetividad al estudio que estemos realizando.

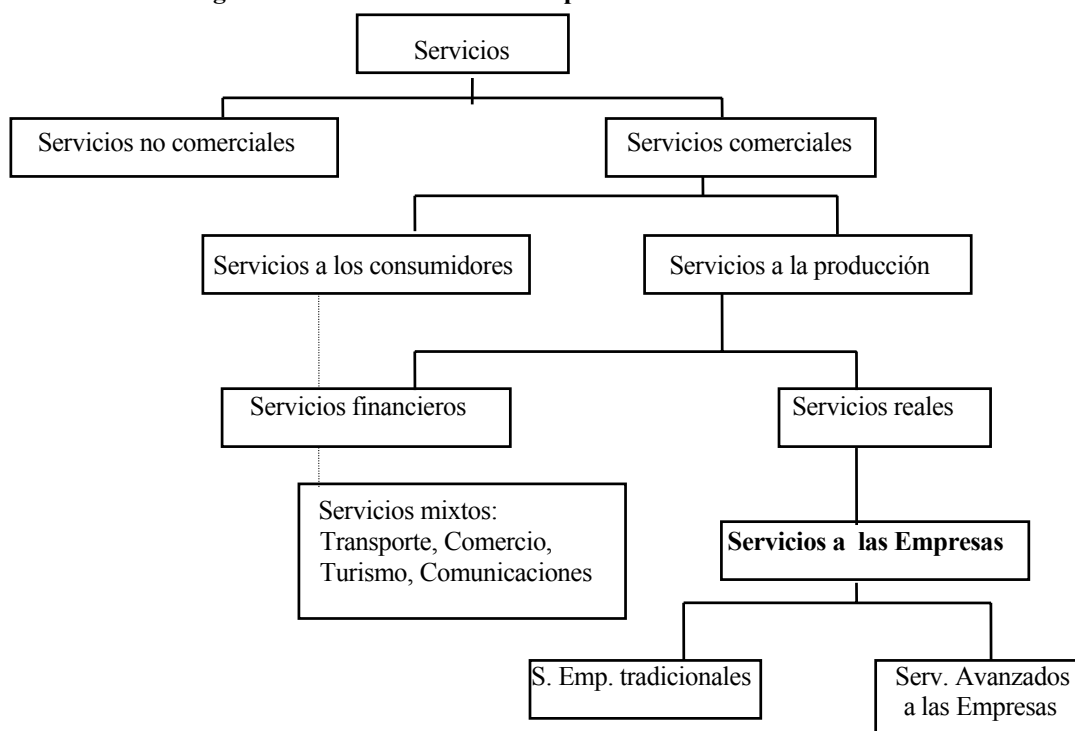
¹³ “La información existente sobre los servicios a empresas adolece de los problemas de marginalidad que se desprenden de las aproximaciones industrialistas imperantes en la estadística tradicional y en la concepción clásica de los economistas que consideraban los servicios como actividades secundarias al crecimiento económico” (Rubalcaba, 1997).

¹⁴ Este tipo de clasificación es la usada por Cuadrado y Del Río en los estudios que realizan sobre los Servicios a las Empresas en diversas Comunidades Autónomas españolas (Andalucía, Murcia, País Vasco, etc.), en los que distinguen entre: servicios de carácter obligatorio, tradicionales y/o de bajo valor añadido; servicios ligados a la actividad específica de la empresa; y servicios relacionados con el desarrollo tecnológico o la mejora de la gestión.

Para encuadrar a los Servicios a las Empresas dentro del Sector Servicios en general, y siguiendo a Rubalcaba (1996), vamos a optar por una clasificación que, partiendo de la separación entre servicios comercializables, o de mercado, y no comercializables, distingue dentro de los primeros entre los servicios de consumo final, destinados a satisfacer la demanda de las familias, y los servicios de consumo intermedio, también denominados servicios a la producción, es decir, todas aquellas actividades que contribuyen al desarrollo de los procesos productivos de la empresa. De éstos, vamos a separar los servicios financieros, centrándonos por tanto en los servicios reales.

Por último, de los servicios reales nos interesan los denominados Servicios a las Empresas, los cuales separamos de toda una serie de servicios de naturaleza mixta, como el transporte o el comercio. Dentro de estos Servicios a las Empresas, a su vez, podemos distinguir por un lado los Servicios a las Empresas tradicionales, más ligados a actividades rutinarias u obligatorias para la empresa, como los servicios administrativos o los servicios de limpieza, etc. y, por otro lado, un conjunto de actividades más relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y con los más recientes cambios en el sistema productivo, que son los denominados Servicios Avanzados a las Empresas (SAE).

Figura 2.1: Los Servicios a las Empresas dentro de los servicios



Fuente: Elaborado a partir de la clasificación de Rubalcaba (1996).

2.1.3- Definición de Servicios a las Empresas.

En principio, se pueden definir los Servicios a las Empresas como servicios de consumo intermedio¹⁵, de los que se han excluido los servicios financieros¹⁶ y una serie de servicios

¹⁵ “Los servicios a empresas son un conjunto de actividades más o menos bien definidas, cuyo rasgo común es el tener por principal, e incluso único cliente, a empresas y organizaciones. Son entonces clasificados en los esquemas de contabilidad nacional como **consumos intermedios...**” (Barcet y

a los que se ha denominado mixtos. Pero todavía nos encontramos con una rama de actividades muy heterogéneas, resultando muy difícil su definición, y por consiguiente su estudio, sobre todo si tenemos en cuenta las dificultades añadidas por la escasez y características de las fuentes estadísticas disponibles. Esto lleva a que no exista un acuerdo total sobre las actividades a considerar como Servicios a las Empresas, dependiendo en muchos casos de las posibilidades estadísticas o de los objetivos del estudio.

Han sido numerosos y variados los intentos de definición de este tipo de servicios, yendo desde concepciones muy genéricas¹⁷ que darían cabida a una gran diversidad de actividades, hasta otras más restrictivas, que van delimitando las actividades que se consideran incluidas al obligarlas a cumplir unos determinados requisitos¹⁸. Algunas definiciones hacen hincapié en la importancia de la interrelación de este sector de actividad con las de tipo industrial, como por ejemplo, la de González Romero¹⁹ (1997). De este último tipo de definiciones destacaremos la realizada por Luis Rubalcaba²⁰ (1996).

En las distintas definiciones de los Servicios a las Empresas hay coincidencia en que éstos están constituidos por una serie de actividades que sirven de apoyo para el funcionamiento de las empresas. Las empresas demandantes de este tipo de servicios son tanto industriales, como agrarias e incluso las mismas empresas de servicios²¹; de manera que nuestra

Bonamy, 1997).

*“Los servicios a las empresas y los profesionales son una parte de los servicios a la producción dirigidos a la **demanda intermedia**, los cuales son “inputs” en la producción de bienes y de otros servicios, que participan como elementos indirectos en el proceso de producción.”* (Soy, 1997)

¹⁶ No todos los autores excluyen los servicios financieros de los Servicios a las Empresas, así por ejemplo Villar (1996) define *“los servicios a las empresas o servicios intermedios a la producción como aquéllos que se incorporan como inputs en un proceso productivo para contribuir a generar otros bienes o servicios, o para mejorar el funcionamiento de las empresas en general... y que se pueden dividir en servicios reales y servicios financieros.”*

¹⁷ *“Todas aquellas actividades de servicios que contribuyen a un mejor funcionamiento de las empresas en general y de manera especial a las orientadas a la producción de bienes”* (Del Río, 1991).

¹⁸ Wood (1997) dice que *“los servicios a las empresas se definen como orientados a satisfacer los requerimientos organizativos de los sectores público y privado, obteniendo sus beneficios de la acumulación de información y conocimiento especializado. Incluyen la consultoría de «management», [...] y asesoría legal. Se excluyen los servicios al consumidor y también los financieros cuyas principales fuentes de beneficios provienen de las transacciones financieras. También suelen ser definidos para que queden excluidos los servicios que de forma rutinaria son subcontratados, incluyendo aquéllos principalmente basados en el trabajo manual, tales como en los casos del transporte, del mantenimiento, de la limpieza, del abastecimiento o de la seguridad”.*

¹⁹ González Romero (1997) define los Servicios a las Empresas como *“aquellas actividades que influyen en la competitividad de las empresas a través de su utilización como inputs intermedios en la cadena de valor, y mediante ganancias en calidad e innovación que resultan de la prestación de los diferentes servicios implicados. Son un sector interrelacionado con los otros sectores económicos, que influye directamente en las posibilidades competitivas de todas las actividades industriales, especialmente de aquéllas que se enfrentan a entornos más dinámicos y complejos, de mayor competencia, y donde la organización, la información y la comunicación resultan vitales para el éxito empresarial”.*

²⁰ Rubalcaba (1996) define los Servicios a las Empresas como *“aquellas actividades reales que influyen en la competitividad de las empresas a través de su utilización como inputs intermedios en la cadena de valor, y mediante ganancias en calidad e innovación que resultan de la prestación interactiva entre proveedor y usuario respecto a los diferentes servicios implicados”.*

²¹ *“Dentro de la amplia denominación de servicios a las empresas se integran todos aquellos servicios que son o pueden ser demandados por las empresas agrarias, industriales e incluso de servicios, como inputs en términos de aprovisionamiento, organización interna, producción y distribución de lo que producen”* (Cuadrado y González, 1988).

población de estudio, en principio, abarca a todo tipo de empresas, aunque, a medida que vayamos avanzando, podemos ir delimitando esta población en función de los objetivos que nos fijemos.

Por tanto, se puede decir que los Servicios a las Empresas son un conjunto de actividades muy interrelacionadas con el resto de actividades económicas, que influyen directamente en las posibilidades competitivas de los distintos sectores económicos, principalmente el industrial, y especialmente aquellos subsectores enfrentados a entornos más dinámicos, de mayor competencia, y en los que la organización, la información y la comunicación son factores determinantes para el “éxito empresarial”²².

2.1.4- Los Servicios a Empresas “tradicionales” y los “nuevos” Servicios a Empresas o Servicios Avanzados a las Empresas.

Se ha mostrado que los Servicios a las Empresas abarcan un conjunto muy heterogéneo de actividades, algunas con comportamientos muy dispares. En los últimos años, debido principalmente a la influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, se ha producido un distanciamiento entre aquellas actividades más relacionadas con el uso de estas tecnologías, que son las que han mostrado un comportamiento más dinámico, y a las que se ha englobado dentro de un grupo al que se ha denominado "Servicios Avanzados a las Empresas", para distinguirlos de aquellos otros denominados "tradicionales". Existe una dualidad entre actividades intensivas en empleo (por ejemplo servicios de limpieza) y actividades intensivas en tecnología (servicios de ingeniería industrial, por ejemplo).

Aún no existe una definición generalmente aceptada, ni una clasificación unánime para los Servicios Avanzados a las Empresas, en parte debido al extraordinario dinamismo de esta rama de actividad (continuamente aparecen nuevos servicios, de forma que lo que hoy se consideran Servicios Avanzados mañana pueden no serlo). Por otra parte, quizás se ha reflexionado poco acerca de las causas que explican su aparición y su extraordinario crecimiento actual, las características que lo diferencian de los Servicios a las Empresas tradicionales, el papel fundamental que desempeñan en los procesos de reestructuración económica y desarrollo tecnológico actual, etc. De los intentos de delimitación de este tipo de actividades se puede deducir que la principal nota característica de estos SAE es su conexión con las Nuevas Tecnologías²³.

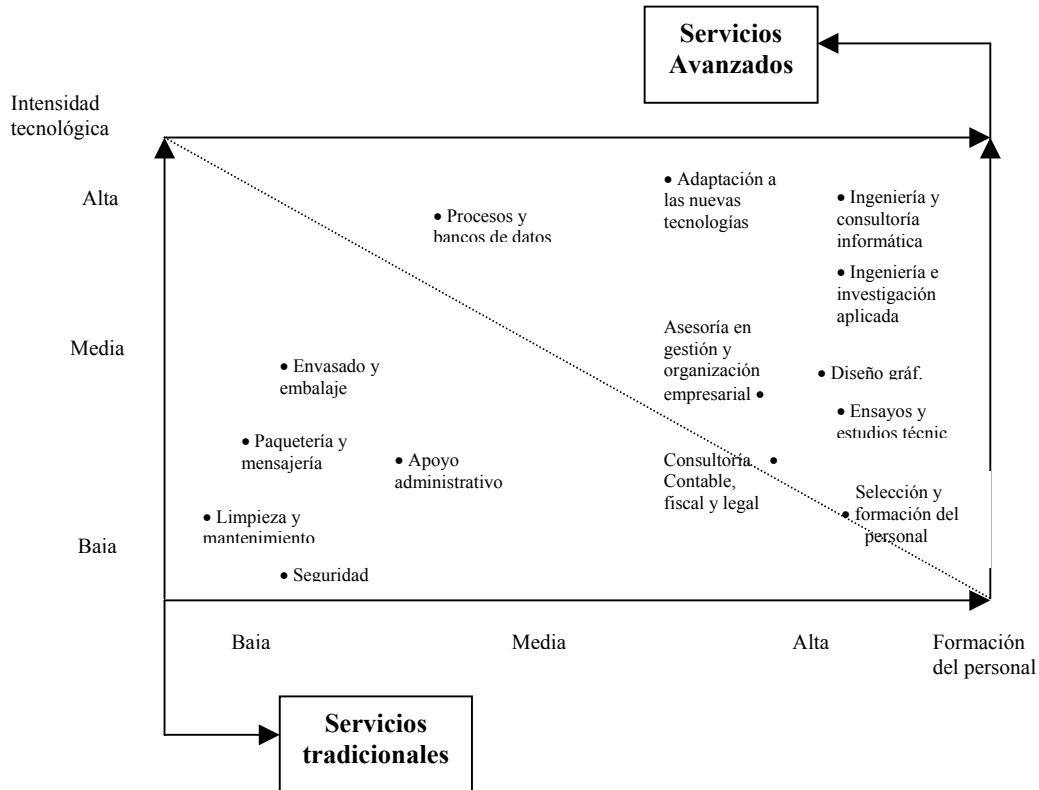
Se pueden aplicar diversos criterios para asignar las actividades de servicios reales de consumo intermedio a la categoría de Servicios a Empresas *tradicionales* o a Servicios a Empresas *Avanzados*. Según Martínez, Rubiera y otros (2002), un criterio consistiría en valorar la intensidad tecnológica y el nivel de formación requerido en la prestación del

²² Se hace referencia al éxito como se ha venido entendiendo tradicionalmente, es decir, como maximización de beneficios, aunque no intervengan otros factores más ligados a aspectos cualitativos, por ejemplo, relacionados con el respeto a las condiciones medioambientales, o a condiciones culturales del entorno en que se sitúen estas empresas, etc.

²³ "Bajo la categoría de servicios avanzados se incluyen aquéllos que generan las condiciones para la adopción de innovaciones en productos y procesos y los que permiten nuevas formas de gestión y organización empresarial, así como el acceso a nuevos sistemas y redes de comercialización interior y exterior. Se trata de servicios diversos –servicios de innovación tecnológica, diseño, nuevos materiales, automatización de procesos, formación, publicidad, ciertas formas de asesoría, etc.- que posibilitan a las empresas demandantes el acceso a mayores cuotas de valor añadido". (Zurbano, 1996: 35).

servicio²⁴. Según este criterio son *avanzados* los servicios que requieren una alta tecnología o una alta formación en su personal, o ambas al mismo tiempo. (Figura 2.2).

Figura 2.2: Delimitación entre Servicios a Empresas “Avanzados” y “tradicionales”.



Fuente: Martínez, Rubiera y Otros (2002)

Otro criterio para distinguir entre Servicios a Empresas *tradicionales* y *avanzados*, tiene en cuenta la función que desempeñan estas actividades²⁵. Según este criterio son *avanzadas* las actividades que se prestan para que las empresas que las contratan se adapten al cambio, a la innovación, al desarrollo tecnológico o a la internacionalización, así como para la incorporación de técnicas avanzadas de gestión empresarial, de producción o de investigación de mercados.

En general, podemos considerar cuatro características principales que definen a los modernos Servicios a las Empresas y los diferencian de los servicios tradicionales: el tipo de actividad, la productividad, la exportabilidad y la concentración.

A) Actividad

Los Servicios a las Empresas tradicionales se han concentrado fundamentalmente en aquellos servicios ligados de forma general al cumplimiento de obligaciones legales en relación con la administración, el transporte y la contabilidad, mientras que los Servicios

²⁴ Esta es una perspectiva desde la oferta.

²⁵ Esta es una perspectiva desde la demanda.

Avanzados son mucho más variados y mucho más especializados y sofisticados.

Las clasificaciones de Servicios Avanzados a las Empresas son muy numerosas. La que realiza el IFA²⁶, consiste en una selección, de entre una gama de 27 tipos de Servicios Avanzados, agrupados en seis áreas funcionales (criterio de clasificación funcional), de aquellos servicios que constituyen la actividad principal de la empresa o entidad o que mejor definen su especialización. La nueva CNAE²⁷ (1993) también incorpora algunos de estos Servicios Avanzados a las Empresas que no existían en la antigua CNAE (1974). De las actividades clasificadas como de Servicios Avanzados a las Empresas hay que destacar su vinculación a la información, a las Nuevas Tecnologías, a las nuevas técnicas de gestión, producción y venta, y a los nuevos mercados, y su dimensión global o mundial.

Sería conveniente comentar que la consideración de Servicios Avanzados tiene algunas connotaciones subjetivas, lo que lleva a que lo que se considera como Servicio Avanzado en un lugar determinado, no sea visto del mismo modo desde otro espacio. Lo mismo sucede con el paso del tiempo, como ya hemos comentado previamente. Esto dificulta los análisis que se pueden hacer del sector, sobre todo para lo que se refiere a su comparación entre zonas (países, regiones, etc.) con niveles económicos y culturales diferentes. Pero no sólo para la comparación espacial, también dentro de un mismo espacio se pueden encontrar distintas consideraciones sobre estas actividades, de modo que dos empresarios de una misma ciudad pueden estar refiriéndose a cosas totalmente distintas cuando se les pregunta sobre los servicios que ofrecen o que demandan, lo cual es importante tener en cuenta a la hora de realizar estudios empíricos del sector.

B) Productividad

Una característica que se ha asociado generalmente a los servicios es la de su baja productividad en relación con el Sector Industrial. Sin embargo, numerosos estudios empíricos (De Bandt, 1995; Rubalcaba, 1997; Rubalcaba, Ortiz y Mancha, 1998) han venido demostrando que no todas las actividades de servicios se pueden considerar como poco productivas, e incluso que algunas de las actividades comprendidas dentro de los denominados Servicios a las Empresas presentan tasas de crecimiento de la productividad por encima de las del sector industrial. Al ponerse de manifiesto, por la evidencia empírica, el alto nivel de productividad de algunos servicios, particularmente los Servicios a las Empresas²⁸, las nuevas tendencias demandan el estudio desagregado de la productividad del Sector Servicios.

El aumento de la productividad en los Servicios Avanzados a las Empresas se puede explicar por varios motivos:

* Los Servicios a las Empresas presentan un alto grado de acumulación de conocimientos y, además, los procesos de “*learning by doing*”, junto al desarrollo de economías de escala,

²⁶ Esta clasificación es la que hemos utilizado para el estudio de caso, y está recogida en el anexo 2, tabla A2.5.

²⁷ En la Tabla A2.6 del anexo 2 se recoge la clasificación realizada por la nueva CNAE.

²⁸ Los Servicios a las Empresas pueden contribuir a las mejoras en la productividad total de los factores de dos formas:

- Por medio de los efectos en la eficiencia, capacidad innovadora y competitividad que se producen en aquellas empresas utilizadoras de Servicios Avanzados.
- Mediante la propia evolución de la productividad de los Servicios a las Empresas que también influirá directamente en la productividad del conjunto de la economía. (Rubalcaba, Ortiz y Mancha, 1998).

campo y organización, podrían estar mostrando sus primeros efectos.

* El uso de las Nuevas Tecnologías.

* El volumen y eficacia de los medios de producción: el nuevo sector de Servicios Avanzados a las Empresas presenta una relación capital/trabajo similar a la de la industria.

* La utilización de mano de obra altamente cualificada, que se une a la disposición de un mercado de trabajo flexible (contratos temporales, empleo "just in time", movilidad geográfica y funcional, etc.).

* Al ser un sector constituido, en su mayor parte, por empresas nuevas de reciente creación, utilizan las más modernas técnicas de gestión y organización del trabajo.

Dada la naturaleza específica de las actividades terciarias y sus productos, las medidas de la evolución de sus precios y valor añadido y, consecuentemente, de sus productividades son absolutamente arbitrarias (Zurbano, 1996). Debido a esta arbitrariedad, según De Bandt (1988), se puede llegar a conclusiones infundadas respecto al papel de los servicios en el crecimiento o el desarrollo, especialmente en el caso de los «servicios inmateriales a las empresas», en cuyo caso, las mediciones habituales subestiman sistemáticamente los progresos de productividad.

De cualquier forma, como señala Zurbano (1996), la productividad de este tipo de servicios es indirecta²⁹, ya que los mismos se integran en el proceso de producción del demandante, contribuyendo a la generación de valor añadido en las empresas industriales, siendo preciso desechar el concepto de productividad física para entender la verdadera importancia de las actividades terciarias y, principalmente de los Servicios a las Empresas de carácter estratégico.

En la mayoría de los trabajos (véase por ejemplo Rubalcaba, Ortiz, Gago y Cuadrado, 1998) se utiliza, no obstante, la medida tradicional del valor añadido al coste de los factores por empleado, y ello se debe a distintas causas. La principal es la posibilidad de comparar la productividad y su evolución con el resto de los sectores y la necesidad de un indicador homogéneo para las diferentes actividades de los Servicios a las Empresas. Además, es el indicador comúnmente aceptado, con lo que se facilita la comprensión del análisis.

Rubalcaba, Ortiz y Mancha (1998) señalan como aspecto interesante de los Servicios a las Empresas su carácter anticíclico, mostrando como la productividad en el sector y el ciclo económico en general, en siete países europeos y para el período 1979-93, se comportan de manera anticíclica. Una posible explicación podría ser el alto grado de flexibilidad laboral en el sector.

C) Exportabilidad

Frente a los Servicios a las Empresas tradicionales, muy vinculados a los mercados locales, los Servicios Avanzados poseen una dimensión internacional. Puesto que la economía funciona hoy globalmente, los Servicios a las Empresas tienen que actuar también en un marco global, lo cual conduce a que sean las grandes empresas las que tengan más posibilidades de ofrecer buenos servicios. La dimensión internacional que ha adquirido la oferta y demanda de Servicios Avanzados a las Empresas se constata en el creciente papel

²⁹ El tema de la productividad en los Servicios a las Empresas es importante en el sentido de que al servir este sector como apoyo externo a la producción, tiene una productividad esencialmente indirecta para aquellas empresas beneficiarias de tales servicios (De Bandt, 1990).

de estos servicios en el comercio mundial, al que hemos hecho referencia en el capítulo anterior. Los Servicios Avanzados a las Empresas han nacido para poder asistir a las empresas en el nuevo contexto económico, tecnológico y social; para ayudarlas a afrontar el reto de la globalización económica y la revolución tecnológica.

D) Concentración Espacial

En distintos estudios realizados acerca de las tendencias locacionales de los Servicios a las Empresas (Cuadrado y González, 1988; Gómez de Enterría, 1988; Illeris, 1994, 1996 y 1997; Rubalcaba, 1996; Rubalcaba, Ortiz, Gago y Cuadrado, 1998; Jayet, 1994; May, 1994; Bailly, 1994) parece haber coincidencia en señalar que este tipo de actividades tienden a centralizarse o a concentrarse en los grandes centros urbanos, normalmente ubicados en “regiones centrales”. Esta tendencia a la concentración espacial no es generalizable a todos los Servicios a las Empresas, sino que suele presentarse en mayor medida en aquellas actividades más vinculadas con las decisiones estratégicas, como son los Servicios Avanzados, presentando los servicios tradicionales unas pautas de localización más difusas sobre el territorio.

Según Bailly (1994), desde hace varios años estamos asistiendo a una reconcentración en las metrópolis de las actividades de servicios, después de la fase de desconcentración ligada a la utilización de las periferias para los servicios banales. Aparecen así dos tipos de concentración:

- concentración central para los empleos cualificados,
- concentración en las periferias metropolitanas para los segmentos estandarizados y los empleos no cualificados.

Al estar muy relacionados con las Nuevas Tecnologías³⁰, diversos autores han planteado la posibilidad de descentralización de este tipo de actividades, aprovechando las características de estas tecnologías, pero en la práctica parece que persisten, de momento, las tendencias a la concentración. Algunos autores (Aydalot, 1984; Bailly y Maillat, 1988; Keeble y otros, 1985; citados en Cuadrado y González, 1988) han demostrado cómo en los últimos años están actuando una serie de condicionantes de tipo más cualitativo (calidad ambiental, calidad de vida, etc.).

El siguiente esquema sintetiza las principales diferencias entre servicios “tradicionales” y Servicios Avanzados a las Empresas. Hemos señalado las características que son más generalizables, aunque esto no quiere decir que todas las actividades englobadas en cada uno de dichos sectores puedan identificarse totalmente con cada una de ellas.

³⁰ Bailly (1994) opina que las Nuevas Tecnologías de la Información contribuyen más a la centralización de los servicios que a su descentralización, a pesar del papel de las sucursales y filiales. La organización de los sistemas de producción depende ahora de actividades de servicios muy concentradas en el espacio y de sus redes, lo que origina la creación de Nuevos Espacios de Servicios (NES) a la imagen de los Nuevos Espacios Industriales (NEI), pero con una diferencia espacial, pues los NES se localizan principalmente en las metrópolis, mientras que los NEI aprovechan los tejidos regionales no marcados por el sistema fordista de producción para instalarse.

Esquema 2.1: Características principales que diferencian a los Servicios a Empresas “tradicionales” y los Servicios “Avanzados” a las Empresas:

Servicios a Empresas “tradicionales”	Servicios “Avanzados” a las Empresas
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios estandarizados. • Gama poco diversificada de servicios. • Servicios tradicionales. • Calidad media. • Escasa tendencia a la concentración y centralización. • Medio o bajo nivel de cualificación del personal encargado de su prestación. • Escasa flexibilidad funcional del personal. • Baja vinculación a la información, a las Nuevas Tecnologías, a las nuevas técnicas de gestión, producción y venta, y a los nuevos mercados. • Dimensión local. • Baja productividad. • Más intensivas en mano de obra. • Baja intensidad de capital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios personalizados. • Gama bastante diversificada de servicios. • Servicios innovadores. • Alta calidad en la prestación. • Elevada tendencia a la concentración y centralización. • Alto nivel de cualificación de los trabajadores que prestan estos servicios. • Elevada flexibilidad, tanto funcional como geográfica, del personal. • Alta vinculación a la información, a las Nuevas Tecnologías, a las nuevas técnicas de gestión, producción y venta, y a los nuevos mercados. • Dimensión global o mundial. • Elevada productividad. • Poco intensivas en factor trabajo. • Intensivas en capital.

Fuente: Elaboración propia.

2.2- Pautas de localización en los Servicios a las Empresas.

No resulta una tarea fácil analizar las tendencias de localización en el terreno de los servicios, y especialmente de los Servicios a las Empresas, ya que aún no se ha cubierto una trayectoria temporal suficiente como para poder describir su tendencia en lo relativo a su distribución o localización en el espacio. Además del problema de la reducida dimensión temporal, también hay que contar con el hecho de que el Sector Terciario está compuesto por un conjunto de actividades heterogéneas y diversificadas, de forma que su comportamiento espacial puede presentar diferencias notables. A ello hay que añadir que las nuevas formas de organización del trabajo productivo y la innovación tecnológica han provocado que irrumpen en el Sector Terciario un conjunto de actividades que han hecho necesaria una clasificación o diferenciación entre servicios tradicionales y servicios modernos³¹. En estos últimos se puede distinguir a su vez entre aquellos servicios considerados de “rutina” u ordinarios y los denominados “avanzados”³².

Sin necesidad de realizar un extraordinario esfuerzo analítico, se puede observar que frente a determinadas áreas en las que la presencia de actividades de Servicios a las Empresas es elevada, poniéndose de manifiesto su carácter estratégico en relación con el crecimiento económico, existen otras áreas en las que la estructura del sector es muy débil. Ello da lugar a que sea de gran interés el estudio de la distribución espacial de los Servicios a las Empresas a la hora de analizar los desequilibrios espaciales existentes.

Se puede afirmar que la localización³³ de los Servicios a las Empresas es un tema clave

³¹ Dentro de los servicios modernos ocupan un lugar preponderante los Servicios a Empresas.

³² Los Servicios Avanzados están relacionados directamente con la revolución tecnológica y de gestión en curso.

³³ Estudiando el proceso de localización espacial de los Servicios a las Empresas se está más cerca de responder a tres cuestiones fundamentales, como se indica en los estudios realizados por la Comunidad de

(pudiendo ser útil en la articulación de la política territorial, la de vivienda o la de infraestructuras), aunque todavía relativamente poco conocido. El componente espacial de los Servicios a las Empresas es enormemente complejo, debiéndose destacar al menos tres espacios relevantes:

- 1.- Dónde se presta el servicio. Este espacio es fundamental a la hora de analizar los efectos inducidos por la estructura espacial de los servicios públicos.
- 2.- El de generación de la demanda, el cual permite calibrar el grado de desarrollo de un tejido productivo.
- 3.- El de ubicación del oferente, define la situación relativa de cada zona dentro de la jerarquía metropolitana y regional.

2.2.1- Principales aportaciones para el estudio de la localización de los Servicios a las Empresas.

Las teorías relativas a la localización aportan algunos elementos que pueden ser de aplicación a los Servicios a las Empresas. Por ejemplo, la teoría del lugar central expuesta por Christaller³⁴ (1933), mantiene cierto interés por destacar el factor de proximidad, aunque no considera un conjunto de factores de localización (por ejemplo determinados factores de oferta –véase por ejemplo Capellin (1988)-) que han demostrado ser muy relevantes.

La mayoría de los estudios empíricos que se han realizado sobre casos concretos (Martinelli, 1989; Illeris, 1994, 1996 y 1997; Rubalcaba, 1996; Jayet, 1994; Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998; etc.) muestran que existe una tendencia por parte de la oferta de Servicios a las Empresas a concentrarse en las regiones o espacios geográficos de mayor renta, y principalmente en las grandes ciudades. E incluso dentro de las grandes ciudades en los distritos cerca de las sedes de las principales empresas industriales, de las administraciones regionales, etc.

A pesar de la existencia de tendencias hacia la descentralización, en parte facilitadas por el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, parece que domina la concentración. Las razones de esta concentración se deben a muy diversos factores, algunos basados en las fuerzas locacionales clásicas: costes de transporte, costes laborales y economías de aglomeración, a los que hay que añadir algunos más. Así, Marshall y Wood (1995) indican los diez siguientes:

- 1) accesibilidad y proximidad;
- 2) acceso físico al cliente;
- 3) buen transporte;
- 4) mercado competitivo;
- 5) telecomunicaciones de alta calidad;
- 6) mano de obra cualificada;
- 7) amplio número de administrativos;
- 8) barrios atractivos para el personal;
- 9) oferta de apropiada acomodación de oficinas;
- y 10) ambiente urbano de alta calidad, incluyendo servicios

Madrid (1986, 1998):

- Nivel de integración del tejido productivo de la zona estudiada, su dependencia de otros centros de servicios y su situación en la jerarquía metropolitana y regional.
- Nivel de competencia de las empresas, introducción de nuevas técnicas de gestión y procesos de segregación de los servicios.
- Existencia de un dinamismo económico empresarial y posibilidades de crecimiento en términos de producción y empleo.

³⁴ Christaller destacó como principio básico el mínimo transporte, así como el principio de concentración de los productores de servicios en “lugares centrales”, que se pueden dividir en distintos niveles.

culturales y sociales.

Realmente, el conjunto de factores de localización es muy amplio, y, dependiendo del tipo de estudio que se realice, se pondrá el énfasis en unos u otros aspectos³⁵. Aproximaciones más eclécticas tratan de considerar al mismo tiempo a varios de los factores que explican la localización, como sucede por ejemplo con los “modelos de explosión central”. La consideración de un amplio conjunto de factores hace que la localización de los Servicios a las Empresas sea más compleja por las interacciones con la industria, estructuras económicas y presencia de multinacionales (Illeris y Philippe, 1993). En muchos de estos factores la naturaleza del servicio es un factor clave. Por ejemplo, el carácter personalizado de muchos de estos servicios exige contactos personales frecuentes, por lo que es primordial una proximidad relativa entre oferentes y demandantes³⁶. Pero este fenómeno no se da con la misma intensidad en todos los sectores.

Algunos de los estudios empíricos realizados (Illeris, 1991; Monnoyer y Philippe, 1991; etc.) señalan que los factores de coste tradicionales, como por ejemplo el transporte, tienen mucha menor importancia que los de proximidad relativa derivada de la necesidad de cercanía con el cliente, así como los relativos a la accesibilidad del capital humano. Se ha comprobado por ejemplo, que el coste del suelo tiene una baja consideración a la hora de decidir una empresa su localización en uno u otro lugar, pudiendo ser un impedimento, pero nunca un obstáculo insalvable cuando existen otros tipos de factores ventajosos. En el ámbito regional se suele observar una localización central del poder de decisión.

2.2.2.- Tendencia a la concentración de las actividades terciarias, y en particular de los Servicios a las Empresas.

En el análisis de la evolución de los servicios en los últimos años se observa una desigual distribución espacial, siendo los países con economías más avanzadas los que cuentan con los mayores niveles de actividades de tipo terciario. Algo similar ocurre en el plano regional, aunque en este caso la presencia de grandes áreas metropolitanas (región londinense, París, Madrid) ejerce una influencia bastante determinante en la localización de los servicios. (Véase la teoría del “lugar central”).

El conocimiento de las pautas y de los factores de localización de los servicios ha venido centrando el interés de un grupo de estudiosos del tema desde los años sesenta (por ejemplo, Remy, 1966), evidenciándose en sus estudios que los factores determinantes de la concentración de los servicios son básicamente los siguientes³⁷:

³⁵ Factores de coste o localización del cliente (teorías tradicionales), cualificaciones laborales e innovación del servicio (Barò y Soy, 1993), el nivel formativo y educativo de la región (Hansen, 1990), las peculiaridades industriales de la zona (Cuadrado y Rubalcaba, 1993), la formación de redes de colaboración o los límites a las economías de aglomeración (Moulaert y Gallouj, 1993).

³⁶ También juegan a favor de la cercanía entre cliente y oferente los altos costes de transacción y de cambio. El intento de minimizar la incertidumbre y los casos de información asimétrica asociada a los servicios también inducen al desplazamiento a una zona de prestigio, lo cual se refleja en los elevados valores de renta del suelo de algunas zonas de las ciudades especialmente intensas en la oferta de este tipo de servicios. Las grandes ciudades tienden a hacer más pequeño el riesgo de introducirse en un nuevo mercado y favorecen el efecto del “seguimiento del líder” (Daniels, 1993). También sirven para introducirse en las redes y flujos de información que permiten sacar el mayor provecho a los mercados internacionales (Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998).

³⁷ Todos relacionados con el componente tecnológico.

- La facilidad de acceso a los factores de producción.
- La dotación de redes de infraestructuras.
- La posibilidad de acceso a la recepción y difusión de información.

Desde mediados de los setenta, como consecuencia principalmente del fuerte avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y de la nueva orientación de la política regional³⁸, la localización de los servicios parece haber obedecido a una lógica diferente. En el caso de los Servicios a las Empresas, la tendencia general es a la concentración, sin embargo, las propias características intrínsecas de cada una de las actividades que componen el sector hacen que éstas sean en mayor o menor medida independientes de la distancia, habiendo algunas que requieren más proximidad, como las actividades de asesoramiento jurídico, mientras que otras tienen una localización más independiente, como los servicios informáticos. Por ello, es necesario analizar el tipo de servicio para obtener el balance entre centralización y descentralización.

Esta concentración espacial tan acusada se explica primeramente por la búsqueda de tres inputs esenciales³⁹: la mano de obra, el acceso a los otros Servicios a las Empresas y el acceso a informaciones generales o específicas (Jouvaud, 1995, 8-12), lo que confiere peso a factores tales como el mercado de trabajo, transportes, accesibilidad y posibilidades de comunicación, entorno económico y social, y señala el papel de las *economías de aglomeración*⁴⁰. A su vez, Bonamy y Valeyre (1994) señalan dos características organizacionales que ayudan a entender los distintos comportamientos locacionales de los Servicios a las Empresas. Éstas son la especialización y división de tareas y la coordinación e integración⁴¹.

La mayoría de los trabajos más recientes (Illeris, 1991, 1994, 1996 y 1997; May, 1994; etc.) establece una distinción entre servicios tradicionales o “atrasados”, localizados de forma más difusa sobre el territorio, y servicios modernos o “avanzados”, más proclives a la concentración, especialmente en las áreas más desarrolladas. Por ejemplo, Illeris (1994) diferencia dos tipos de servicios:

- a) Servicios a Empresas poco especializados, en los que se observa el modelo tradicional de jerarquías de lugares centrales comentado anteriormente.
- b) Servicios con clientela lejana en los que no se cumple la teoría del lugar central, y que

³⁸ La política regional de esta época toma como base la moderna teoría del desarrollo endógeno o local.

³⁹ Muy similares a los citados anteriormente por Remy, 1966.

⁴⁰ Las economías de aglomeración se componen de economías de localización –resultantes de reagrupar sobre un espacio restringido actividades de un mismo sector, lo que permite especialización y complementariedad, mano de obra bien formada- y economías de urbanización –derivadas de la posibilidad de utilizar todos los equipamientos colectivos existentes en una aglomeración-. Tanto a escala macro como microespacial, este reagrupamiento es también favorecido por la oferta inmobiliaria que existe en ciertos lugares: las ciudades fuertemente internacionalizadas, las metrópolis en crecimiento, los barrios de negocios, los parques de empresas, etc.

⁴¹ Según estos autores, mucha especialización y poca necesidad de coordinación a causa de que los trabajos estén más estandarizados, implica que la localización se guíe más por las características particulares de la zona, especialmente a partir de las diferencias sociotécnicas y socioprofesionales de los mercados de trabajo. Sin embargo, contrariamente, actividades con menor necesidad de especialización, más integradas y coordinadas se organizan más teniendo en cuenta la demanda, dependiendo la localización de las interacciones entre actividades internas y externas.

pueden ser de dos tipos: 1) *back office* de servicios transmitidos por telecomunicaciones (por ejemplo contabilidad), susceptibles de localizarse en ciudades intermedias y en zonas intermedias de las grandes ciudades; 2) Servicios Avanzados y especializados utilizados con poca frecuencia (como por ejemplo consultorías técnicas o de gestión), los cuales requieren de muchas reuniones *face to face*, y que se localizan en áreas que permitan enriquecer su calidad, creatividad y saber especializado, y en los que la importancia de su valor añadido permite afrontar fuertes costes de transporte, de manera que, si es necesario para obtener el mejor servicio, no importaría tanto el tener que ubicarse lejos.

Existen diferencias sensibles entre los servicios, principalmente en razón de características de la “relación de servicio”. Estas características influyen en la necesidad de proximidad, siendo ésta mayor, por ejemplo si es el cliente quien se desplaza, o si el servicio es permanente y no estandarizado (Jouvaud, 1995):

- las modalidades de contacto y de desplazamiento del cliente o del prestatario;
- la importancia de los procesos de coproducción;
- el grado de estandarización del servicio o la importancia de los contactos en las diferentes fases de producción;
- la frecuencia de las necesidades en servicios;
- el tipo de clientes: PYMEs-grandes empresas;
- la posición de los servicios en su ciclo de vida, etc.

Según un estudio realizado por Monnoyer (1996) para la metrópolis de Burdeos, el principal factor de localización de los Servicios a las Empresas es la clientela potencial, jugando también un papel importante la cualificación de la mano de obra, las proximidades privilegiadas (“medios de empresas”) y los factores de situación: la accesibilidad al lugar, los costes que implica y la imagen.

Illeris (1994) nos dice que existen dos tipos de productores de servicios que están liberados de la obligación de proximidad y cuya localización depende de otros factores:

- Los productores de servicios que son transmitidos a los usuarios por telecomunicaciones. Estos productores no tienen muchos contactos cara a cara con sus clientes (los denominados “*back offices*”), estando su localización determinada por el intento de reducir otros costes distintos de los de transporte, principalmente los salarios y alquileres. La localización preferente para este tipo de servicios es la de las zonas suburbanas de las grandes ciudades y las ciudades medianas.
- Los servicios especializados y avanzados, sobre todo si se usan con poca frecuencia. Las reuniones cara a cara son a menudo necesarias, debido al carácter interactivo de la producción de estos servicios, a la necesidad de resolver problemas técnicos sobre el mismo lugar donde están las máquinas, o a la complejidad de cuestiones no estandarizables; pero el alto valor añadido de estos servicios permite que se puedan asumir elevados costes de desplazamiento.

2.2.3- El impacto de las Nuevas Tecnologías en la localización de los Servicios a las Empresas.

El proceso de localización descrito para los Servicios a las Empresas aumenta las disparidades regionales, al producirse una desigual distribución de funciones debido a la

concentración de las tareas más estratégicas e innovativas en las “regiones centrales”. Hasta hace poco tiempo las dinámicas de localización estaban influidas más por factores que eran externos a las empresas (p.e. legislación) que por factores internos (p.e. desarrollo tecnológico). El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha modificado esta situación y permitido una evolución en la estructura del Sector Servicios (Monnoyer y Philippe, 1991).

En los últimos años se ha dedicado una especial atención a las NTIC por su posible contribución a la modificación de la localización de los Servicios a las Empresas. Todo parece indicar que dichas tecnologías pueden alterar las ventajas comparativas de los grandes centros urbanos profundizando y acentuando las tendencias de desconcentración⁴², con lo que se abrirían nuevas perspectivas a las “regiones periféricas”. Aunque lo cierto es que esto no se produce así realmente sin que haya una intervención externa que ayude a que las tendencias de descentralización tengan lugar efectivamente. Como dice Zurbano (1996), la generación y difusión de la información tiene una clara dimensión espacial que repercute en favor de los grandes centros urbanos y las “regiones centrales”.

Dos de las principales consecuencias de las NTIC para la producción de servicios son: a) un incremento en su «transportabilidad» (UNCTAD, 1985⁴³) y b) un incremento adicional en las economías de escala de producción (Stanback et alia, 1981). Las NTI han relajado significativamente una de las principales claves de la producción de servicios: el hecho de que producción y consumo tuviesen que realizarse simultáneamente y en el mismo lugar, permitiendo, de este modo, la separación de importantes segmentos de la producción de servicios en tiempo y espacio (Martinelli, 1991 b). Si el productor de servicios domina suficientemente las técnicas de comunicación, puede modificar las formas de su servucción adaptándolas a las oportunidades ofrecidas por estas tecnologías y así atenuar la necesidad de proximidad (Monnoyer y Philippe, 1991). Aunque lo cierto es que para muchos de estos servicios sigue primando la posibilidad de proximidad entre productor y cliente.

Algunos estudios (Bailly y Maillat, 1988; Illeris, 1997; etc.) ponen de manifiesto que los factores de localización clásicos –las economías de aglomeración, los accesos a los mercados, los costes de transporte, etc.- han visto disminuida su importancia a favor de los factores más cualitativos, tales como la calidad de vida, existencia de zonas residenciales, entorno cultural y social, etc.

Las transformaciones y evoluciones en la geografía corporativa de las redes de telecomunicación e información juegan un papel fundamental en el desarrollo, localización

⁴² Aunque, como se viene comentando, la pauta de localización dominante en los Servicios a las Empresas es la concentración, se observan algunas tendencias de desconcentración geográfica favorecidas por los tres fenómenos siguientes (Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998):

1. La consecución de rentas de posición que pueden generarse con la ubicación en áreas de mejor calidad de vida, condiciones ambientales favorables y proximidad a centros de interés para los profesionales de servicios (por ejemplo, la Universidad).
2. La incorporación de Nuevas Tecnologías que pueden permitir la realización a distancia del servicio favoreciendo la descentralización (aunque la tecnología, a veces, puede tener un efecto en ambos sentidos, pudiendo también servir como instrumento de atracción al centro de información).
3. La gran disminución de los costes de transporte y desplazamiento.

De este modo, los cambios en la localización de los clientes, la mejora de infraestructuras y los problemas medioambientales explican las tendencias de descentralización de los alrededores de Londres (Marshall y Wood, 1995).

⁴³ Citado en Martinelli, 1991 b).

y modernización de las actividades de Servicios a las Empresas y posibilita la generación de ventajas comparativas en ciertos servicios, especialmente en aquéllos más estratégicos, como los servicios de información. Entre los principales tipos de innovación tecnológica capaces de modificar la dinámica espacial de los Servicios a las Empresas, algunos autores señalan el papel preponderante jugado por los cambios en las técnicas de dominio y difusión de la información, que permite la disminución de las distancias entre los agentes económicos. El resultado de este fenómeno sería la pérdida de importancia de algunas funciones terciarias consideradas “centrales” –se rompería el monopolio de la información que poseen los principales centros urbanos-.

Contrariamente a la creencia generalizada de que el desarrollo de las TIC daría lugar necesariamente a la dispersión espacial de actividades, está el argumento de que la concentración o dispersión de actividades depende de la estructura y estrategia de las empresas, más que de las innovaciones tecnológicas *per se*. (Martinelli, 1991b). Siguiendo a Illeris (1989), se puede decir que las NTI deben considerarse, si bien no neutrales, sólo como un factor condicionante más que un determinante unívoco de localización.

Aunque las innovaciones tecnológicas en el campo de las comunicaciones ofrecen un mayor grado de libertad en la localización de los Servicios a las Empresas, también permiten a su vez que las empresas de servicios instaladas en los núcleos urbanos centrales amplíen su área de mercado al abaratare los costes de difusión de la información, lo cual puede favorecer la retención y el desarrollo de estas actividades de Servicios Avanzados en las grandes aglomeraciones. La introducción de los vínculos de la telecomunicación “on-line” entre sedes centrales y sucursales ha permitido, de hecho, la “reconcentración” al nivel de las sedes centrales de la mayoría de funciones de administración previamente realizadas a nivel de sucursales –por ejemplo, contabilidad, control de inventarios, etc.- (Martinelli, 1991a).

2.3- El crecimiento de los Servicios a las Empresas⁴⁴.

Hemos comentado el crecimiento experimentado por las actividades de servicios en estas últimas décadas, y cómo, especialmente en los últimos años, no todas las actividades de servicios han evolucionado favorablemente, siendo especialmente significativo el avance experimentado por un conjunto de actividades englobadas dentro del denominado sector de Servicios a las Empresas, permitiendo que el Sector Servicios tenga una evolución positiva al ser considerado en su conjunto. Podemos decir, por tanto, que los Servicios a las Empresas representan uno de los grupos de actividades dentro del terciario, que han experimentado un crecimiento más espectacular en las dos últimas décadas. Pero, más que el incremento cuantitativo hay que tener en cuenta su importancia estratégica en el “crecimiento económico” de los distintos espacios. Ahora bien, su evolución no puede entenderse sino considerándolos dentro del contexto del Sector Servicios en su conjunto.

Tradicionalmente los outputs intermedios más importantes eran los bienes de capital (maquinaria), pero los servicios a la producción (entre los que se encuentran los Servicios a las Empresas) han sido en los últimos años los outputs más relevantes y también los que han experimentado mayor crecimiento dentro del segmento de la economía de servicios

⁴⁴ Véase en Rubalcaba (1996) una explicación de este crecimiento para los países de la Europa de los 12, en la que distingue tres componentes: crecimiento estructural, coyuntural y sinérgico.

(Stanback et alia, 1981; Ochel y Wegner, 1987; Moulaert, 1989). La expansión de los servicios destinados a las empresas indica claramente que la división social del trabajo en la producción de todos los outputs se está ampliando de manera ininterrumpida (Sayer y Walker, 1992).

Como consecuencia del incremento de la competencia entre empresas, países, regiones, etc., las empresas se han visto obligadas a aumentar su competitividad y su productividad, a través de un enorme esfuerzo innovador y de aplicación de las Nuevas Tecnologías por un lado, y de una reorganización funcional y espacial de la producción, por otro, que ha supuesto una profundización en la división internacional del trabajo.

Junto a la aparición de nuevas empresas que ofrecen nuevos servicios, también se está produciendo un proceso paralelo de externalización de servicios que se suministraban anteriormente dentro de la empresa⁴⁵.

González (1997) señala que, durante la década de los ochenta, los Servicios a las Empresas se generalizan y adquieren una elevada importancia estratégica, debido a una serie de factores:

- La demanda de servicios por parte de las empresas ha sido uno de los motores principales del crecimiento de los servicios.
- En algunos sectores industriales la demanda de Servicios a las Empresas representa una proporción nada despreciable del valor añadido.
- La importancia de los Servicios a las Empresas reside, así mismo, en la capacidad de las empresas de servicios para resolver problemas estratégicos temporales o para ayudar a las empresas industriales en los procesos de adaptación estructural.
- La actividad terciaria es la que más contribuye a las transferencias de productividad y competitividad de los servicios a la industria, lo que la convierte en un factor determinante de la competitividad industrial.
- La contratación de servicios externos ha permitido que las empresas industriales mantengan o aumenten su competitividad internacional: si dichas empresas no hubiesen contratado externamente todo tipo de servicios, habrían tenido que soportar costes directos más altos y perdido, por tanto, competitividad.
- Constituyen el núcleo de servicios más avanzado, con altos niveles de productividad, competitividad, apertura al exterior, avance tecnológico, valor añadido, etc.
- Por último, su alto valor estratégico les ha llevado a ocupar una posición relevante dentro de las políticas económicas, especialmente dentro de la política regional, puesto que la existencia o no de una adecuada red de Servicios a las Empresas se ha erigido en un factor de localización determinante para las empresas industriales y de servicios.

Según Wood (1997), aunque generalmente se atribuye el crecimiento de Servicios a las Empresas al desarrollo de la "economía de la información", en el mejor de los casos, los desarrollos de la Tecnología de la Información sólo forman una dimensión de las transformaciones económicas y sociales que explican el reciente crecimiento de estas actividades. Otras dimensiones importantes incluyen las transformaciones organizativas, la creciente necesidad de conocimiento especializado, la ampliación de las fuentes de conocimiento especializado, la diversidad de entornos nacionales empresariales y de

⁴⁵ Daniels (1988), para el caso británico, destaca la importancia de algunos factores adicionales, como el proceso de internacionalización de las empresas de servicios y, por el lado de la demanda, el aumento de pequeñas empresas y nuevas formas de autoempleo.

regulación, la diversidad funcional y sectorial y los desarrollos del lado de la oferta.

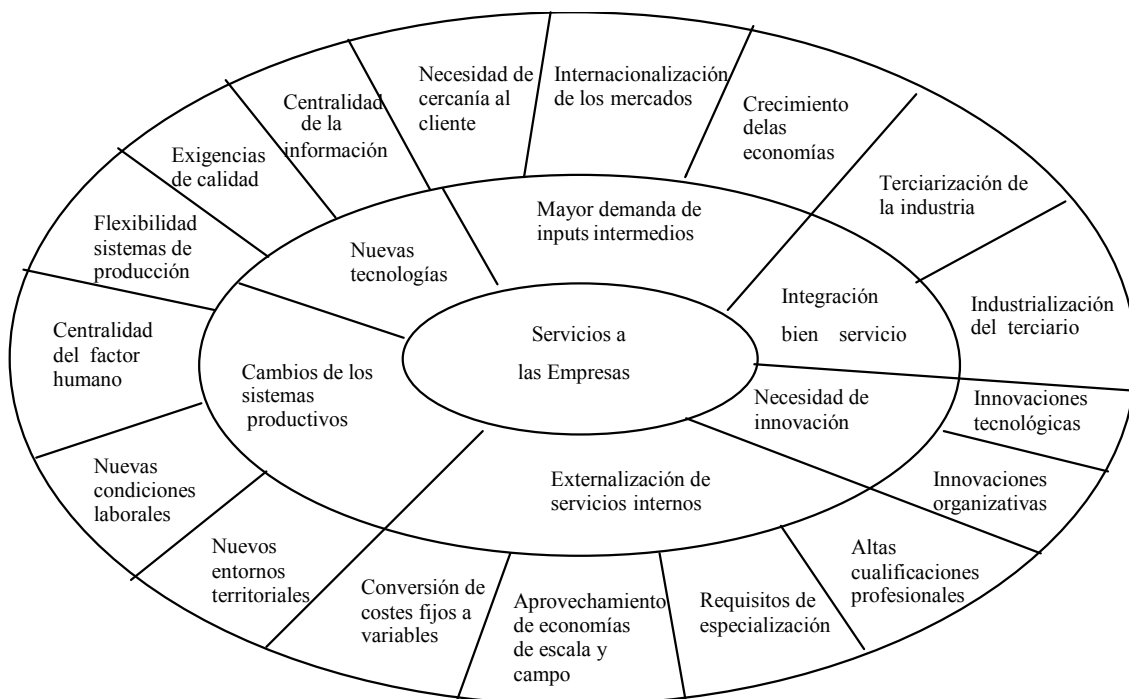
El avance de los Servicios a las Empresas va unido a la complejidad creciente de los procesos productivos, al crecimiento dimensional de cada empresa en particular y al desarrollo de la economía en su conjunto (Del Río, 1991). Los Servicios a las Empresas pueden ser objeto de valoración diferente en función de su finalidad:

1.- Como medio para incrementar la competitividad de las empresas usuarias de los mismos, a través de la reducción de sus costes de producción. En este caso, el uso de servicios a la producción aparece ligado a los procesos de crecimiento y de división del trabajo, propios de las distintas economías. Estos nuevos servicios se orientan, principalmente, a la creación de funciones de servicios dentro de las empresas industriales. Estas funciones, a su vez, implican la aparición de actividades especializadas.

2.- Como factor de justificación de la adopción de innovaciones de productos y procesos. El crecimiento de los Servicios a las Empresas va ligado al proceso de automatización de las funciones manuales del trabajo humano y a la utilización de un número creciente de trabajadores en las funciones de programación y control de la producción; al incremento de la productividad del trabajo y a la presencia de economías de escala.

El fuerte cambio tecnológico y la evolución de la concurrencia, junto con la ampliación de las áreas de mercado y la complejidad creciente de las estructuras de organización de las grandes empresas o grupos industriales, son los factores que más han contribuido a una expansión rápida de un buen número de funciones de Servicios a las Empresas, y de manera especial los pertenecientes al denominado “terciario avanzado”. El siguiente esquema sintetiza de manera muy clarificadora cuáles son los principales factores que explican el crecimiento de los Servicios a las Empresas.

Figura 2.3.- Principales factores que explican el crecimiento de los Servicios a las Empresas.



Fuente: Quasar, 1995.

2.3.1- Cambios de los sistemas productivos.

La reorganización del sistema productivo que, tomando como base las teorías de la división del trabajo, está dando lugar a la aparición de nuevas tareas, de carácter terciario en este caso, es uno de los factores que explica el crecimiento de los Servicios a las Empresas. Estos cambios en el sistema productivo se refieren a:

a) Cambios en los mercados de productos, con la formación gradual de un mercado mundial que expone a las industrias nacionales a la competencia de empresas extranjeras, a la vez que genera nuevas oportunidades de acceso a mercados exteriores. Esta transformación de los mercados, tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda, ha fomentado la aparición y posterior desarrollo de una gama de servicios, como los relativos a la investigación de mercados, a la promoción de los productos, etc., que pretenden reducir el grado de incertidumbre que rodea a la demanda, así como al desarrollo de la competencia entre las empresas.

b) Los cambios en la legislación laboral y comercial, derivados de la complejidad de la nueva división nacional e internacional del trabajo. Estos cambios han fomentado el desarrollo de servicios jurídicos y de asesoramiento.

c) Las actividades de servicios son intensivas en trabajo, de manera que los recursos humanos representan el instrumento esencial para la eficiencia y eficacia de estas empresas. El capital humano adquiere una importancia decisiva, convirtiéndose en un factor esencial para atraer a las empresas a localizarse en una determinada región. Esto explica que el crecimiento de estos servicios haya estado vinculado a la acumulación de *expertise* o pericia y a los procesos de especialización (Stanback, 1979; Stanback et alia, 1981; Wood, 1991).

La centralidad del factor humano en la producción, tanto industrial como, sobre todo, de servicios, origina la necesidad de una serie de servicios relacionados con la formación y capacitación de los trabajadores. Asimismo, la contratación y selección del personal es de una gran importancia. A su vez, se hace cada vez más compleja la gestión del capital humano, al tiempo que los recursos humanos se encuentran en un continuo proceso de especialización. Ello explica el crecimiento de toda una serie de Servicios a las Empresas.

d) En los últimos años se ha venido produciendo una flexibilización en los sistemas de producción, sustituyéndose los antiguos sistemas tayloristas, verticalmente organizados, por sistemas flexibles, descentralizados y con una estructura más horizontal y radial, lo que permite un mejor aprovechamiento de los recursos y la obtención de economías de escala a través de la especialización.

Con respecto a la flexibilización, hay que tener en cuenta que, aunque los sistemas flexibles han existido desde la Revolución Industrial (Gertler, 1988), hay que reconocer que se están sentando las bases de un entorno del trabajo totalmente nuevo (Giarini y Stahel, 1993). Y es precisamente la aparición de este entorno de producción flexible la que va a posibilitar la economía de los Servicios a las Empresas (Rubalcaba, 2001).

2.3.2- Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El desarrollo de los servicios, y especialmente los Servicios a las Empresas, como inputs

intermedios no es un fenómeno autónomo, sino que se desarrolla a través de una interacción constante con el desarrollo de la industria. Cada vez resulta más evidente que las Nuevas Tecnologías, especialmente las relacionadas con la información y la comunicación, han desempeñado un papel central en esta transformación⁴⁶. Dichos avances tecnológicos multiplican sus efectos y consecuencias al hacer posible la aparición y el desarrollo rápido de nuevos servicios, a la vez que proporcionan el equipo base para su prestación. Por otro lado, el uso de tales tecnologías exige el acceso a una serie de servicios específicos, en su mayoría de nueva creación.

Las NTIC inciden de forma muy importante sobre tres aspectos relevantes del Sector Servicios: la estructura organizativa de los servicios (externalización o internalización), la localización espacial de las actividades de servicios (centralización o descentralización), y la necesidad de elaborar y poner en práctica una política regional de servicios (Cuadrado y González, 1988).

Gran parte de los Servicios a las Empresas no son más que una manifestación de funciones de “rutina”, complementarias de las de transformación manufacturera. Sin embargo, algunos servicios denominados “avanzados” tienen como función específica la de promover la adopción de innovaciones capaces de modificar la estructura del proceso productivo existente. Estos servicios, algunos de los cuales se relacionan con la I+D y otros con la comercialización de nuevos productos y con la apertura de nuevos mercados, desempeñan un papel crucial en el actual proceso de competencia entre las empresas.

a) Las NTI han relajado significativamente, en algunos tipos de servicios, la necesidad de que la producción y el consumo tuvieran lugar simultáneamente y en el mismo lugar, permitiendo la separación de importantes segmentos de la producción del servicio al ser posible almacenar una parte importante de los inputs de servicio en forma de información y ser transmitidos rápidamente en respuesta a la demanda. De esta manera, las empresas de servicios pueden cubrir cada vez mayores áreas de mercado y explotar economías de especialización.

b) Actualmente la información se considera como un factor clave de la producción, siendo necesario tener una buena información tecnológica sobre los productos y los procedimientos de producción, información comercial sobre los mercados, información sobre los modos de gestión y sobre los métodos de financiación (Bailly y Maillat, 1990b: 251). Esta creciente necesidad en materia de información ha propiciado el desarrollo de los servicios de información.

c) Las exigencias de calidad cada día son mayores, y en muchas actividades se compite más vía calidad que vía precios. Los servicios de gestión de la calidad son incorporados de manera creciente en aquellas empresas que devienen más competitivas en los actuales mercados cada vez más globalizados. Para las operaciones relacionadas con producción de alta calidad son cada vez más necesarios los servicios de mantenimiento. Se dice que la incorporación de muchos servicios intermedios al proceso productivo tiene como objetivo último la calidad, no sólo por el uso de servicios directamente dirigidos a su maximización –control de calidad-, sino por el de aquéllos encaminados a elevar el nivel de calidad de los

⁴⁶ Todas las escuelas de pensamiento (clásicos, neoclásicos, keynesianos, etc.) han hecho alguna referencia a la tecnología como elemento clave en el crecimiento económico. Pero lo realmente interesante de este período es la coincidencia temporal entre el gran progreso tecnológico de las últimas dos décadas, la consolidación de la economía de servicios y el nacimiento de los Servicios Avanzados.

productos de la empresa que los utiliza –servicios informáticos, los de formación de personal, ingeniería, etc.-.

d) Las actividades de Servicios a las Empresas basadas mayormente en el procesamiento de información y conocimiento especializados, han desarrollado importantes economías de escala y especialización. Aunque son actividades altamente especializadas –*customizadas*–, las empresas de Servicios a las Empresas han desarrollado una forma de “estandarización” en métodos, herramientas y procedimientos (Moulaert et alia, 1991). Las NTI han expandido sus mercados y hecho más fácil transmitir y procesar información rápidamente, un factor principal en la producción de un servicio. Aquí entrarían en juego toda una serie de servicios a los que se ha incluido en el área denominada Sistemas de Información, tales como los de implantación de sistemas informáticos, programación informática, implantación de sistemas telemáticos y centro de cálculo y bases de datos.

Por un lado, la tecnología ha fomentado el desarrollo de una serie de actividades de servicios asociadas con ella, como por ejemplo los servicios informáticos. Pero, a su vez, los Servicios a las Empresas también han inducido la aparición y desarrollo de nuevas tecnologías, de manera que el crecimiento de las Nuevas Tecnologías de la Información está estrechamente vinculado a la progresiva importancia que han ido adquiriendo en los países industrializados las actividades de servicios financieros y Servicios a las Empresas a partir de los ochenta.

Ochel y Wegner contemplan los efectos de las Nuevas Tecnologías de la Información sobre la economía, muchos de ellos relacionados directa o indirectamente con la producción y comercialización de servicios. (Véase Ochel y Wegner, 1987: 60).

2.3.3- La mayor demanda de inputs intermedios.

Esta mayor demanda de inputs intermedios está relacionada con el incremento de la demanda debida al crecimiento de las economías, a la internacionalización de los mercados y a la necesidad de cercanía al cliente.

a) El crecimiento de las economías europeas, tanto en términos cuantitativos –aumento de rentas en las economías- como cualitativos –cambios en los mercados-, ha sido también un factor que, en sí mismo, ha llevado al crecimiento de los Servicios a las Empresas (González Romero, 1997).

b) La internacionalización de los mercados ha requerido muchos Servicios a las Empresas relacionados con la internacionalización de la empresa y sus productos, como por ejemplo, ferias y exposiciones, estudios de mercado, marketing, publicidad, etc.

c) La interacción frecuente con el cliente es un importante factor que caracteriza a las actividades específicas de las empresas terciarias, permitiendo a las empresas de servicios conocer las necesidades del cliente y producir un servicio personalizado. Aunque existe una tendencia creciente a la estandarización del producto, el papel del cliente individual en las actividades de servicios sigue teniendo un peso decisivo. La participación activa del cliente y la orientación de las empresas de servicios a ajustar el producto a las necesidades del cliente y alcanzar una relación permanente con el mismo, son factores de competitividad de las empresas de servicios.

La necesidad de proximidad al cliente en ciertos casos, como consecuencia de las segmentaciones de los mercados, ha ocasionado el nacimiento de algunos Servicios a las Empresas que facilitan la relación con el cliente. Precisamente, en los Servicios a las Empresas se comprueba la importancia de la interrelación entre oferente y demandante. Muchos de estos servicios se originan para servir de instrumentos que faciliten la relación con el cliente, el conocimiento de sus necesidades y la continua mejora de la propia imagen y reputación. El aumento de la incertidumbre en los mercados es otro factor que estimula el uso de estos servicios. Contar con una mayor información sirve a su vez para combatir y también para aumentar la incertidumbre⁴⁷. Por ello, tanto en un caso como en otro es necesario el uso de Servicios a las Empresas.

2.3.4- Integración bien-servicio.

El crecimiento de los servicios en las últimas décadas se ha producido de forma complementaria y relacionada con el crecimiento y reestructuración de la industria⁴⁸, de manera que se habla de dos procesos conjuntos: por un lado la terciarización de la industria, y por otro la industrialización del terciario.

Los servicios relacionados con la industria cumplen varias funciones, entre otras la de servir de enlace entre productor y consumidor. Su actuación es fundamental para lograr la diferenciación de los productos, y algunos de ellos, como los servicios de apoyo a la innovación, actúan de cauce de propagación de las innovaciones, adquiriendo un creciente peso estratégico en las economías avanzadas. En este sentido, como indica Mas (1992), se podría decir que los productos industriales son, cada vez más, bienes y servicios al mismo tiempo, de manera que actualmente, lo que se ofrece en el mercado es un bien material unido a un componente inmaterial (diseño, calidad, servicio posventa, etc.).

Hoy en día, los bienes que se adquieren y se consumen incorporan en su cadena de valor una gran proporción de servicios intermedios, que darán el valor final del producto y determinarán su precio. Existen servicios previos, contemporáneos y posteriores a la producción de un bien. De igual forma, los servicios asocian bienes en los momentos de su coproducción interactiva. De manera que ya no es posible pensar en términos estrictos de bienes o de servicios puros.

2.3.5- Necesidad de innovación.

Cada vez es más íntima la asociación entre información y producto, entre producto tangible e intangible. La información puede ser almacenada y posteriormente distribuida por procedimientos industriales y, a su vez, los productos industriales integran cada vez más información, apareciendo así la innovación tecnológica como un importante motor de desarrollo. La necesidad de innovación, tanto tecnológica como organizativa, como

⁴⁷ Adelantamos aquí un comentario de uno de los empresarios entrevistados en nuestro estudio, que decía que a veces el exceso de información, en el sentido de una gran cantidad de información, incluso repetida desde distintos organismos, etc., podía confundir al empresario, en lugar de ayudarlo en su toma de decisiones. Por ello, argumentaba la necesidad de contar con algún tipo de servicio que permitiera poner en orden toda esta información, y seleccionar la que fuese de utilidad para las decisiones de la empresa.

⁴⁸ Ya nos referimos en el capítulo 1 a la creciente integración entre industria y servicios, que lleva a hablar de la sociedad servindustrial.

medio para aumentar la competitividad que se requiere como consecuencia de la creciente competencia en los mercados, origina el nacimiento de ciertos Servicios a las Empresas, como los servicios de asesoramiento en I+D.

Los Servicios a las Empresas son, por definición, innovadores, no sólo desde el punto de vista tecnológico, sino también estratégico, comercial, organizativo o simplemente operativo. Tienen la finalidad de crear algo nuevo en el status quo de la empresa que los consume, para que la misma pueda adaptarse a los nuevos retos, pudiendo acceder a servicios especializados y mejorar sus posibilidades de innovar en los procesos o productos. Algunas funciones de innovación que pueden ser necesarias actualmente para las empresas, y que pueden ser aportadas por algunos Servicios a las Empresas son:

Innovación tecnológica. Consiste en la mayor incorporación de tecnología así como en el aprovechamiento de la existente, la adaptación de la tecnología a las necesidades de las empresas, la mejora de la calidad, etc. Estas funciones las pueden proporcionar los servicios informáticos, servicios on-line de comunicación electrónica, servicios de ingeniería, telecomunicaciones, servicios de diseño y servicios de control de calidad.

Innovación organizativa. Eficiencia en la organización interna, mejora en la selección, formación y utilización del factor humano, mejoras en las diferentes especializaciones funcionales. Estas funciones innovadoras pueden encontrarse en los servicios de consultoría de gestión y management, servicios de personal –selección y formación-, auditorías y servicios jurídicos.

Innovación estratégica. Flexibilidad para entornos dinámicos, posicionamiento en mercados complejos, información sobre la adecuación de productos y sobre localización y mercados, defensa en un entorno jurídico conflictivo. Servicios a las Empresas como los servicios de management, servicios de ferias y exposiciones y estudios de mercado, servicios de auditoría y servicios jurídicos, cubren estas funciones innovadoras.

Innovación comercial. Diseño competitivo de productos, comercialización innovadora, marketing innovador, difusión de buena imagen. Servicios de diseño, ferias y exposiciones, publicidad, marketing directo, relaciones públicas y servicios posventa, son algunos de los que pueden cumplir estas funciones.

Innovación operativa. División funcional del trabajo, concentración en tareas claves, cuidado de la operatividad, cuidado de la imagen. Estas funciones se pueden encontrar en los servicios de mensajería, de seguridad y servicios operativos.

2.3.6- Externalización de servicios internos.

La externalización de servicios que anteriormente se producían en el seno de la empresa es una de las causas más esgrimidas del crecimiento de los Servicios a las Empresas. El suministro externo del servicio supone un paso más en la división funcional del trabajo y, por tanto un avance en la eficiencia de la producción, un descenso de los costes de producción y un aumento de la productividad⁴⁹.

⁴⁹ Bailly y Maillat (1990 b) distinguen tres grandes olas en la evolución de la demanda de servicios externos: “**Primera ola (1950-1960):** servicios destinados a resolver problemas de tipo administrativo, jurídico, fiscal, contable o de tipo comercial (estudio de mercado, publicidad, representación, transporte).”

Frente a la internalización, que permite poner en juego la sinergia inherente a una organización jerárquica, lo cual es posible en las grandes empresas, la externalización es un intento de aprovechar al máximo las ventajas de las economías de escala que genera la expansión de los mercados externos (Stigler, 1951), y presenta dos posibilidades:

- Adquirir los servicios a una sociedad ya existente especializada en su prestación, lo que supone suprimir las divisiones internas que realizaban estas actividades dentro de la empresa.
- Crear una filial otorgando autonomía jurídica y económica a dichas divisiones.

Stanback et alia (1981) dicen que más que una cuestión de economías de escala se trata de una cuestión de especialización de las tareas, que revela la posibilidad de externalizarlas. Basándose en esto, Petit (1987) destaca que la distinción entre especialización y economías de escala supone que el criterio del tamaño de la empresa no funcione de igual manera en ambos casos.

Según Howells y Green (1988), la externalización adopta tres formas: 1) descentralización a una empresa subsidiaria o asociada; 2) provisión a través de empresas relacionadas por medio de licencias o franquicias; y 3) subcontratación con una empresa independiente.

Son muy diversos los motivos que justifican la externalización, variando éstos según la estructura, situación y sector de la empresa de que se trate y según el tipo de servicio —en los Servicios Avanzados tienden a primar los motivos relacionados con la calidad y en los servicios tradicionales los relacionados con el coste (Estudios sobre los Servicios a Empresas en distintas CCAA por Cuadrado, del Río, etc.)-. Podemos destacar como motivos más relevantes:

- a) Gracias a la externalización, ciertos costes fijos pasan a ser variables, proporcionando a las empresas una mayor flexibilidad y adecuación al ciclo económico.
- b) Al especializarse ciertas empresas en la provisión de determinados servicios, es posible alcanzar la estandarización de aquéllos más rutinarios, pudiendo así alcanzarse ciertas economías de escala y de campo.
- c) Algunos de los Servicios a Empresas requieren cierto nivel de especialización, que se desarrolla más fácilmente si estos servicios los proporciona una empresa externa que puede especializarse en su prestación, consiguiéndose una mejora de la calidad.
- d) Los cambios en la estructura organizativa de las empresas, en la que se aprovecha la especialización productiva y se permite la incorporación a redes, favorece un entorno creativo en el que al trabajador se le incorpora para la búsqueda de la mejora de la eficiencia de los procesos. Junto a la mayor cualificación del trabajador se favorece la

Segunda ola (1965-1975): servicios de “externalización”; se trata de sacar de la empresa ciertas tareas que agrandan los costes y que no son estratégicas para la producción ni para los mercados de la empresa: jardinería, limpieza, restauración, transporte del personal, etc.

Tercera ola (desde 1975): búsqueda de competencias y desarrollo de sinergias, referidas por tanto a dos tipos de servicios: los relacionados con las transformaciones tecnológicas, particularmente con la informatización de la producción, y los relacionados con el conocimiento de los mercados y la comercialización de los productos; se trata de actividades de estudio, consejo, experimentación, control, permitiendo obtener un diagnóstico, elaborar propuestas y desarrollar la flexibilidad de la empresa”.

formación continua (Camacho, 1999). Para muchos de estos servicios se requiere una alta cualificación profesional. Las NTI han facilitado el proceso de externalización de ciertas tareas al posibilitar almacenar y transportar ciertos servicios.

Ochel y Wegner (1987) destacan la dimensión espacial como factor de externalización. Insisten en que existe una correlación entre la dimensión urbana y el grado de externalización de ciertos servicios, ya que en las grandes ciudades están más diversificadas las actividades económicas y más especializados los Servicios a las Empresas y sus mercados de trabajo se ajustarían mejor a las nuevas necesidades de mano de obra de las empresas terciarias.

En algunos estudios se ha intentado encontrar alguna relación entre las decisiones de externalización por parte de las empresas y una serie de variables, como su tamaño –parece que las grandes empresas son más proclives a internalizar y que las que más tienden a la externalización son las medianas-; sector de actividad; tipo de servicio demandado; localización de la empresa demandante, etc. Así, por ejemplo, según Mañas (1992), la variable más influyente en la externalización en España es el tamaño. De todos modos, nuestro país presenta una baja externalización (23%) respecto a otros países de su entorno.

Según Monnoyer (1984) la externalización puede suponer dos estrategias: la subcontratación banal –caso de que los servicios contratados en el exterior no estén relacionados directamente con las características de la producción de la empresa, delegando ésta esas funciones banales a otras-, o la búsqueda de colaboración –en cuyo caso se busca un socio cuya colaboración refuerce la eficacia de la empresa y sus capacidades de innovación-.

En las grandes empresas, la externalización de servicios, tanto los referidos a funciones banales como los servicios de alto nivel, responde al propósito de reducir costes y de aumentar la flexibilidad laboral. Las PYMEs, que se ven obligadas, dada su dimensión, a demandar una parte significativa de sus necesidades de servicios al exterior, recurren a esta práctica más bien buscando colaboración que basándose en una subcontratación banal, de manera que las capacidades de adaptación y el dinamismo de estas PYMEs dependen en gran medida de la eficacia de sus proveedores de servicios.

Aunque está fuera de duda la importancia de la externalización en el desarrollo del sector, no se puede considerar como el primer factor explicativo de los Servicios a las Empresas.

2.4- Papel de los Servicios a las Empresas en las economías industriales.

2.4.1- Los Servicios a las Empresas y el crecimiento económico.

A la hora de analizar las causas del crecimiento de los Servicios a las Empresas, es importante tener presente la hipótesis defendida por Rubalcaba (1996), que afirma que estos servicios no son sólo una consecuencia de los procesos de cambio, sino también una de sus causas; afirmando que flexibilidad, integración, tecnologías, además de ser factores que han facilitado el crecimiento del sector, han sido al mismo tiempo consecuencias directas de su desarrollo.

En este sentido es importante la distinción realizada por Polèse (1974) entre terciario inducido y terciario motor, sugiriendo tres factores que determinan el carácter motor de una actividad económica: las exportaciones del producto o servicio de dicha actividad, su impacto en la productividad de otras actividades exportadoras y el ser un factor de atracción para las nuevas actividades exportadoras. El que se proponga clasificar las actividades de servicios según su «motricidad» posibilita replantearse la interpretación tradicional de los servicios como actividades de carácter residual, ya que el concepto de «motricidad» confiere a las actividades terciarias el papel que les corresponde en el sistema productivo y en el proceso de generación de riqueza (Zurbano, 1996).

Algunos autores (Barcet, Bonamy y Mayere, 1984; Philippe y Monnoyer, 1985) insisten en el concepto de «*servuction*», que integra como una de las principales funciones de ciertas actividades terciarias la de ser «puente» entre las fases de producción y de distribución.

Los Servicios a las Empresas pueden actualmente ser exportados gracias al proceso de especialización y al progreso tecnológico. Además, las actividades consideradas como de Servicios a las Empresas y, concretamente, las denominadas «avanzadas», pueden catalogarse como de control de la producción, de la tecnología y de la distribución de productos. De manera que *“los servicios a empresas se configuran actualmente como un conjunto de actividades motrices en el ámbito productivo, idea que se ve reforzada por la creciente interrelación industria-servicios”*. Así, *“las actividades de servicios a empresas «avanzadas» o «estratégicas» se consideran como motrices por la función que cumplen en el proceso productivo, mientras que las «convencionales» se consideran como motrices en la medida en que contribuyen al crecimiento de la capacidad exportadora de un país”* (Zurbano, 1996: 67).

Desde el punto de vista de la demanda, los Servicios a las Empresas pueden valorarse de distinta manera en función de su finalidad (Zurbano, 1996):

- Como forma de incrementar la competitividad de las empresas usuarias, mediante la reducción de sus costes de producción, en respuesta al proceso de crecimiento económico y creciente división del trabajo.
- Como incentivo para adoptar innovaciones de productos y procesos por parte de dichas empresas, en relación con las exigencias de modernización e innovación tecnológica y de gestión de las empresas, impuestas por las necesidades del nuevo modelo de acumulación surgido en respuesta a la crisis.

Recogiendo las opiniones difundidas en diversos estudios del sector, parece que podemos afirmar que los Servicios a las Empresas desempeñan un importante papel en el “desarrollo económico”, y ello a través de las distintas funciones que éstos desarrollan en la economía:

* Contribución al crecimiento económico. El crecimiento de los Servicios a las Empresas ha sido superior al de otras actividades del Sector Servicios tanto en épocas de expansión como de crisis, de forma que contribuyen al crecimiento tanto por lo que se refiere a la generación de empleo directamente en el sector o de manera inducida en otras actividades, como también por su aportación al VAB, al ser actividades de gran valor añadido como ya hemos comentado anteriormente.

La creciente división y especialización del trabajo representa una compleja cadena de valor

añadido en la que los servicios comienzan a prevalecer sobre el sector manufacturero. Pero esta tendencia a contribuir al crecimiento económico es sólo parcialmente explicada por la participación de los Servicios a las Empresas en el PNB o en el PIB, ya que una gran parte de las transacciones de servicios intraempresas, ya sea dentro de una nación o entre ellas, no es registrada (UNCTAD, 1985⁵⁰).

* Influyen de manera decisiva en la competitividad industrial. La competitividad industrial depende tanto de las actividades directamente productivas como de los servicios ligados a ellas (Mas, 1992). Las actividades consideradas en el grupo de Servicios a las Empresas generan ganancias de todo tipo en las empresas, decisivas en el nuevo entorno globalizado y competitivo, a lo cual contribuyen los diferentes niveles de especialización, y el que los beneficios compensen ampliamente los costes de utilización de estos servicios. Estas actividades representan un punto crucial de innovación y un determinante principal de competitividad (Walker, 1985; Damesick, 1986; Martinelli, 1991a; Porter, 1990).

* Difunden la tecnología y la información. Estos servicios colaboran en la generación, incorporación y aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías, al tiempo que inducen a la innovación, tanto tecnológica como organizativa, estratégica, comercial y operativa. Su existencia y uso tienen importantes consecuencias para la modernización del sistema productivo.

* Constituyen un factor esencial en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, al posibilitar la adaptación y modernización de este tipo de empresas, al poder beneficiarse de una especialización en servicios tradicionales y avanzados, a la que no tendrían acceso de otro modo, posibilitando asimismo a las PYMEs beneficiarse de las ventajas tecnológicas y de innovación que transmiten estos servicios.

* Son un instrumento básico de internacionalización. Los Servicios Avanzados a las Empresas posibilitan el acceso a mercados exteriores, proporcionando información acerca de la competencia y de la propia posición, a la vez que ayudan en la toma de decisiones estratégicas en el ámbito internacional.

* Tienen positivas implicaciones para el mercado de trabajo, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. En particular, proveen de nuevos trabajos, en sustitución parcial del descenso de empleo industrial, contribuyen al ascenso de habilidades y conocimiento (Wood, 1986).

Es cierto que los Servicios a las Empresas han creado empleos, tanto cualificados como no cualificados, hecho de especial importancia en un período en que el empleo manufacturero está estancado o en declive, contribuyendo, también, cada vez más en el valor añadido regional. Pero, ¿es esto razón suficiente para decir que inducen al “desarrollo⁵¹”, o más bien a que lo acompañan?. Todo depende del tipo de servicios, así como del tejido empresarial local, de manera que teóricamente parecen mucho más importantes las

⁵⁰ Citado en Martinelli, 1991b.

⁵¹ Lo primero que habría que plantearse es qué se entiende por “desarrollo”. Aunque no coincida con nuestra percepción, se va a utilizar este término en el sentido más extendido del mismo, en el que es asimilado al crecimiento económico, junto con algunos aspectos más cualitativos. El motivo de optar por esta concepción es que al hablar de la incidencia de los Servicios a las Empresas en el “desarrollo económico”, la mayoría de los autores que han tratado el tema, es ésta la idea con la que se refieren al “desarrollo”.

actividades informacionales y su papel parece agrandarse cuando el tejido empresarial está compuesto por pequeñas empresas que no pueden desarrollar por sí mismas su propio terciario, encontrando en estos servicios una ayuda inestimable para reforzar su eficacia y sus capacidades innovadoras.

Correspondiendo a la tercera ola de la evolución de la demanda de servicios externos⁵², la expansión de los servicios informacionales se inscribe en la profunda mutación de nuestras economías, caracterizada no sólo por el paso de un modelo llamado fordista (de producción en masa) a uno llamado “toyotista” (caracterizado por la variedad y la flexibilidad de los modos de consumo, de producción y de organización), sino también por la emergencia de una verdadera sociedad de la información. Por ello, es necesario para las regiones que se integren las actividades de servicios en su política de desarrollo regional, lo que implica al conjunto de actividades de I+D, favoreciendo sus relaciones con todos los actores regionales (empresas, instituciones de investigación, centros de formación, responsables públicos, etc.).

Ahora bien, como señala Marshall, los Servicios a las Empresas por sí mismos no garantizan buenos resultados: *“La calidad del input del servicio a las manufacturas tiene un importante impacto en los resultados de la empresa, pero no hay ninguna razón para asumir que un aumento en la prominencia de los servicios a la producción en la economía regional y nacional tendrá simplemente efectos favorables en las manufacturas”* (Marshall, 1988, 126). *“La evidencia sugiere que un fuerte sector manufacturero es un prerrequisito para el aumento del empleo de servicios a empresas”* (Marshall, 1988: 3). En este sentido, Rubalcaba (2001) dice que no todo Servicio a Empresa es innovador ni tiene que cumplir todas las funciones aludidas anteriormente. De hecho, si los mercados son muy estrechos se reducen las ventajas de los Servicios a las Empresas.

Lo cierto es que el crecimiento de estas actividades, debido entre otras causas a su tendencia a la concentración en aquellas zonas de más alto nivel, contribuye ciertamente al desarrollo, pero de las áreas más “desarrolladas”. Si no se actúa potenciando la posibilidad de crecimiento de estas actividades en las zonas más “periféricas”, se estará produciendo un incremento de las disparidades, aumentando cada vez más la brecha entre las economías integradas en el más alto nivel y las economías denominadas “periféricas”, como es el caso del Mezzogiorno (Martinelli, 1989, 2000) o de Andalucía (Asián, 1999, 2000b), y haciendo cada vez más difícil la integración de las zonas excluidas. Pero no se trata de conseguir un crecimiento a toda costa de estas actividades, sino de un crecimiento acorde con las posibilidades de la economía en cuestión, y con las circunstancias sociales y culturales de la misma.

Algunas posibilidades de solución a este problema, sobre todo desde el punto de vista de las “economías periféricas”, estarían en las actuaciones de política económica, integrando el desarrollo de estas actividades dentro de su política industrial, promocionando su uso con actuaciones tanto por el lado de la oferta como de la demanda. Ésta es una de las exigencias que los propios empresarios, tanto de empresas que ofrecen Servicios Avanzados, como de las que demandan o podrían demandarlos, plantean a la Administración Pública, como se verá más adelante en el capítulo dedicado al estudio concreto de este sector en Andalucía.

⁵² A las tres olas en la evolución en la demanda de servicios externos señaladas por Bailly y Maillat (1990) nos hemos referido anteriormente al hablar de la externalización de actividades de servicios.

2.4.2- Los Servicios Avanzados a las Empresas y la nueva política de desarrollo regional⁵³.

Se le critica a la política regional el haber ignorado el papel central del Sector Servicios en la creación de empleo, en el estímulo al crecimiento y en el desarrollo territorial. Se argumenta que las políticas de desarrollo han sido unidireccionales al considerar que sólo el sector industrial puede ser motor del crecimiento económico y del desarrollo, cuando las estadísticas muestran que son los servicios y, particularmente, los Servicios Avanzados a las Empresas los que más han crecido, tanto en términos de empleo como de valor añadido.

Si bien es cierto todo lo anterior, la realidad es mucho más compleja y hemos de considerar toda una serie de cuestiones:

1. Los Servicios Avanzados a las Empresas no pueden por sí solos generar desarrollo y crecimiento donde no lo hay.
2. Aunque la dicotomía sector básico/no básico sea cada vez más difusa, el sector servicios no tiene capacidad para generar un desarrollo autosostenido. Los Servicios a las Empresas son, como su nombre indica servicios a, es decir, dependientes y ligados al desarrollo de otros sectores productivos.

A) Algunas características de los Servicios a las Empresas en las “economías centrales”.

Aunque hemos de tener en cuenta que estas actividades por sí solas no tienen razón de ser, sino que están estrechamente vinculadas con el resto de sectores productivos, se puede decir que las mismas juegan un papel importante en las economías de nuestro entorno, y ello por diversos motivos:

* Su capacidad para crear empleo.

En base a los datos estadísticos puede observarse cómo en los últimos años son los servicios las actividades económicas que más empleo han generado en los países industrializados y, dentro de ellos, los Servicios Avanzados a las Empresas. Ahora bien, el que este tipo de servicios haya supuesto el desarrollo de unas determinadas economías no significa que este hecho se pueda trasplantar a otras economías bien distintas. El crecimiento experimentado por este sector en algunos territorios depende de unas condiciones económicas, sociales y tecnológicas específicas, de modo que no basta con decir que en Estados Unidos o en el Reino Unido los Servicios Avanzados a las Empresas han crecido extraordinariamente y han desempeñado un papel importante en la reactivación de sus economías, sino que es preciso conocer las causas y las circunstancias económicas y sociales en las que dichos procesos han tenido lugar. Así, por ejemplo, el nivel de desarrollo industrial no es el mismo en Estados Unidos que en España, o dentro de España, en Cataluña que en Andalucía.

Además, hay que tener presente que la capacidad de crear empleo de los Servicios Avanzados a las Empresas es limitada, de manera que no se puede pensar que el desarrollo de este tipo de actividad vaya a resolver problemas estructurales de desempleo como los

⁵³ Este apartado está desarrollado más ampliamente en Asián 2002a.

que posee Andalucía. El empleo que generan estas actividades es muy cualificado, reducido y altamente móvil tanto en términos funcionales como geográficos. Por tanto, no se puede considerar ésta como la principal ventaja o potencialidad de este sector, ya que sólo proporciona soluciones a corto plazo, sino que estos servicios pueden desempeñar un papel mucho más importante y central, de naturaleza estructural, cuyos efectos sólo son visibles a largo plazo.

* Cohesionan y refuerzan la estructura productiva y la base empresarial local.

Las actuales condiciones económicas derivadas de los procesos de globalización, provocan un aumento de la competencia, lo cual está forzando a las empresas a aumentar a unos ritmos vertiginosos sus niveles de productividad y competitividad. Cada vez es más necesario desarrollar actividades y recurrir a servicios que se encuentran por encima y por debajo de la producción propiamente dicha.

Los Servicios Avanzados a las Empresas son activos agentes en la adopción y difusión de las Nuevas Tecnologías, en la introducción de nuevos procesos y productos, en la apertura de nuevos mercados, etc. En este sentido, refuerzan la base empresarial local porque permiten la modernización y adaptación del sistema productivo local a las nuevas condiciones de producción, contribuyendo de este modo al desarrollo del sector local en la perspectiva de la globalización de la economía.

* Desarrollo de ventajas locacionales: atracción de empresas.

Para algunos autores, la existencia de una densa y bien estructurada red de Servicios a las Empresas constituye un elemento importante para la atracción de empresas, es decir, para la promoción de un desarrollo exógeno. Debido a la dependencia actual de las empresas respecto a estos nuevos servicios, se supone que su carencia limitará el potencial de atracción de las regiones y países, impidiendo que las empresas se desplacen hacia dichas áreas. La existencia de un tejido de empresas de Servicios Avanzados pasaría a convertirse, junto con las infraestructuras de transporte y comunicaciones y otros factores, en un componente principal a la hora de decidir la localización por parte de una empresa de ámbito nacional o internacional.

* Elevan el rango funcional de las ciudades.

Uno de los impactos que más sobresalen del nuevo modelo de acumulación ha sido la revitalización del papel de las ciudades (Sassen, 1991), y ello por diversos motivos:

1. La globalización de la economía viene acompañada de un proceso muy selectivo de concentración espacial de las actividades decisionales de alto nivel (Sassen, 1991; Castells, 1989; Illeris, 1996 y 1997; Rubalcaba, 1996; Rubalcaba y Cuadrado, 1997; etc.).
2. La globalización económica y el aumento de la competencia han estimulado las políticas proteccionistas y la aparición de bloques económicos y comerciales, siendo la Unión Europea un buen ejemplo. La integración física de estos espacios se produce de una manera muy selectiva: en primer lugar, se produce fundamentalmente de forma radial, esto es del “centro” a la “periferia”; en segundo lugar, a través de las ciudades, esto es, no se integran regiones sino nodos; y, por último, se produce de forma jerárquica (Máquez Guerrero, 1995).

B) Los Servicios a las Empresas como instrumentos de acción regional.

Las actuaciones en materia de promoción de los Servicios a las Empresas se iniciaron al principio de los setenta en Reino Unido, Italia y Francia, pero su generalización no tuvo lugar hasta la segunda mitad de los ochenta. Cuando se habla de mecanismos de promoción de los Servicios a las Empresas hay que hacer siempre referencia a la tecnología, sobre todo en lo que a la información sobre su uso y aplicación se refiere. La importancia de las Nuevas Tecnologías es un hecho incuestionable en todos los países industrializados, como lo es su consideración prioritaria en la definición de los objetivos de la política de desarrollo regional. Sin embargo, conviven dos enfoques muy diferentes en torno a las relaciones entre la tecnología y el desarrollo regional:

1- Uno de ellos considera la dimensión espacial como un factor importante en la promoción y el desarrollo de la innovación. La región es considerada como un factor del crecimiento nacional. Este enfoque teórico se viene materializando en la promoción de complejos tecnológicos (zonas “high tech”) en los países más desarrollados y que han contribuido fuertemente a su prosperidad económica. El objetivo central es contribuir al crecimiento general más que a la reducción de las disparidades regionales.

2- El otro enfoque se centra en primer término en el desarrollo regional, considerando la innovación únicamente como un instrumento al servicio de este desarrollo. Se trata de favorecer por todos los medios posibles la penetración de Nuevas Tecnologías, especialmente en el ámbito de las PYMEs regionales (por ejemplo, centros regionales de ayuda a la transferencia de tecnología).

Según Zurbano (1996), el recurso a las Nuevas Tecnologías no es suficiente, en principio, para superar la limitación de proximidad y para permitir la desconcentración y la descentralización de las funciones estratégicas de servicios, siendo más intensas las consecuencias económicas de este hecho en el ámbito regional que en el nacional o supranacional. También indica que las políticas en materia de desarrollo de redes no ayudan a dinamizar la economía local si se dirigen de manera exclusiva a privilegiar las infraestructuras técnicas de comunicaciones.

Como indica Martinelli (1991b) cualquier política de servicios debe tener una perspectiva integrada, microeconómica y estratégica. Si, como se ha comprobado, los Servicios a las Empresas existen y se desarrollan allí donde hay una demanda desde el sistema productivo, esto significa que la estructura industrial de la región debe ser cuidadosamente valorada y que cualquier política de servicios debe estar fuertemente integrada con la política industrial, de forma que las políticas macroeconómicas no son suficientes y se requiere una aproximación microeconómica, vinculada a sectores y empresas específicas.

Por otro lado, los inputs de los Servicios a las Empresas son diferentes de los de las manufacturas. Además de capital, tecnología e infraestructura, estos servicios tienen un importante contenido en saber hacer e información, a menudo muy específicos para ciertos sectores de mercado dados. Debe hacerse una cuidadosa valoración de la capacidad de tales factores y de las oportunidades para apoyar su desarrollo.

Finalmente, tales políticas deben ser diseñadas estratégicamente: regiones y países deben identificar sus potencialidades y prioridades, así como sus limitaciones y cuellos de botella, tanto en su oferta como en su demanda, para poder hacerse elecciones estratégicas. Como

dice Zurbano: “*En general, cualquier política regional integradora de servicios tiene que desarrollarse simultáneamente en torno a cuatro puntos de apoyo: la puesta a punto de las infraestructuras técnicas necesarias para los servicios, el desarrollo de un conjunto de medidas contextuales, las acciones de estímulo de la oferta y demanda de servicios, en estrecha asociación con las necesidades del sistema productivo manufacturero, y las acciones encaminadas hacia los recursos humanos*”⁵⁴ (Zurbano, 1996: 210).

Son las regiones las que, aprovechando las ventajas de la descentralización administrativa y financiera, y como artífices y responsables directas de su propia política de desarrollo económico, han asumido el mayor protagonismo en la creación de mecanismos de promoción de los Servicios a las Empresas (Parques Tecnológicos, Institutos Tecnológicos, Centros de Empresas, etc.).

C) Posibilidades para las “regiones periféricas”:

Como dedujo de sus análisis Martinelli (1991b), las “regiones periféricas” tienen tres opciones básicas:

- a) Importar servicios. Esta opción sólo es válida para ciertos servicios. Aunque tiene algunos beneficios a corto plazo, tiene varios inconvenientes:
 - Incrementa la dependencia de las importaciones de la región.
 - Puede que los servicios importados no sean “apropiados” a los productos y procesos de la región.
 - Esta estrategia no cambia la estructura de la división internacional del trabajo, implicando un empeoramiento en la posición relativa de la región en la cadena de valor añadido.
- b) Apoyar una oferta local como una forma de sustituir importaciones. Esta segunda opción es más deseable, ya que una oferta de servicios más cercana será más apropiada para las necesidades locales, así como podrá mejorar la competitividad en la producción existente, etc., pero también consume más tiempo y recursos.
- c) Permitir y apoyar inversiones directas extrarregionales en servicios. De esta forma se puede asegurar la rápida provisión de servicios a la economía local sin importantes salidas de capital interior y sin un empeoramiento de la dependencia de importaciones. Los servicios pueden finalmente ser, al menos parcialmente, producidos en la región, incrementando su participación en el valor añadido mundial de servicios. Además, en contraste con las sucursales manufactureras, las de servicios podrían finalmente producir servicios para el mercado local, creando así una “externalidad” para toda la región. Al mismo tiempo se produciría una mejora en el adiestramiento y adquisición de “saber hacer” de la mano de obra local. Sin embargo, las sucursales de servicios podrían impedir el desarrollo de una oferta doméstica, llegando incluso a imponer sus propios modelos organizacional y técnico, contribuyendo además indirectamente a incrementos en importaciones tecnológicas.

⁵⁴ Véase Comisión de las Comunidades Europeas (1987), *Services, Technologies Avancées et Regions*. Dossier Stratégique, 4. FAST II.

Actualmente, las nuevas orientaciones en materia de política de servicios adquieren una inclinación hacia una nueva estrategia de carácter más marcadamente estructural, que viene reforzada por las recientes tendencias en la transformación del sistema productivo que consolidan su creciente complejidad, una de cuyas manifestaciones más destacadas es la progresiva interrelación servindustrial (Zurbano, 1996).

Como los Servicios a las Empresas están vinculados con el sector industrial y con la innovación tecnológica en curso, las políticas regionales a poner en práctica tendrán que conjugar las variables de innovación tecnológica y los propios servicios con el desarrollo industrial (Cuadrado, 1988). Por ello, se habrán de poner en práctica políticas integrales, no sectoriales, orientadas a desarrollar estrategias de meta-industrialización territorial. Esta política integral deberá responder a las principales necesidades que tienen las regiones en el ámbito de los servicios, afrontando el reto de la creciente polarización⁵⁵ espacial, funcional y social de las actividades de servicios y capacitando a la región para dirigir y controlar el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Otro reto es el relativo a las infraestructuras y las redes necesarias para el desarrollo de los servicios, para su integración en el sistema productivo y su adaptación al contexto socio-económico global. La región debe tratar de situar su estrategia a largo plazo en materia de servicios en el contexto de una economía mundial cada vez más competitiva y global, por lo que, en el ámbito de la Unión Europea, necesita articular una estrategia de interdependencia con las políticas nacionales y comunitarias (Zurbano, 1996).

Consideraciones finales del capítulo.

Se podría decir, en principio, que el estudio de los Servicios a las Empresas nace dentro de los estudios desagregados del Sector Servicios, en los que se distingue, por un lado los servicios destinados al consumo –individuos o familias- y, por otro, los servicios a la producción –consumidos por las empresas o el Estado-. Aunque esta separación no es del todo clara, pues existen algunos servicios –transporte, servicios financieros, etc.- que se pueden encuadrar en las dos categorías, sirve como punto de partida para separar lo que se pueden considerar como Servicios a las Empresas, que estarían encuadrados dentro del segundo grupo. La explosión en el estudio del sector surge a finales de los ochenta, aunque existen algunas aportaciones anteriores.

El intento de clasificación de las actividades de servicios presenta una serie de dificultades, que ya comentamos en el capítulo 1, que se ven agravadas en el caso de los Servicios a las Empresas. Se han realizado, y se siguen realizando, muchos intentos de clasificación de estas actividades, sin que aún se haya logrado una clasificación de aceptación generalizada. Uno de los principales motivos de esta falta de acuerdo es, junto con la gran heterogeneidad de actividades comprendidas en el sector, el extraordinario dinamismo de esta rama de actividad. La mayoría de las clasificaciones surgidas tras el creciente interés mostrado por estas actividades a lo largo de los años ochenta, se acomodan a dos grandes tipos: la estadística oficial y las clasificaciones privadas de tipo funcional.

⁵⁵ Debido a la tendencia geográfica y financiera de las empresas de servicios y, especialmente, de Servicios a las Empresas, como ya pusimos de manifiesto en el epígrafe referente a su localización.

Diversos estudios han comprobado la tendencia de los Servicios a las Empresas a concentrarse precisamente en las denominadas zonas “centrales”, lo que está dando lugar a un agravamiento de las disparidades regionales. En los últimos años se viene dedicando una atención especial a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación por su posible contribución a la descentralización de estas actividades. Sin embargo, lo cierto es que las tendencias centralizadoras persisten, ya que estas Nuevas Tecnologías son un factor más a tener en cuenta, pero la descentralización de estas actividades depende más bien de la estructura y la estrategia de las empresas.

Relacionado con esta tendencia a concentrarse en las áreas centrales, algunos autores han puesto de manifiesto la existencia de una correlación positiva entre el crecimiento de estos servicios y el “desarrollo económico”, calificando a estas actividades como estratégicas para el desarrollo. Sin embargo, la mayoría de los trabajos en los que se basa esta hipótesis, han sido realizados utilizando como unidad de análisis aquellas zonas más favorecidas por los procesos de globalización, y en las que estas actividades están desempeñando un papel fundamental. Pero la situación no es la misma en las “regiones periféricas”.

Los Servicios a las Empresas, como rama específica del Sector Servicios, son unos de los principales motores de los servicios en general en estas últimas décadas, siendo una de las ramas más dinámicas dentro de los servicios, y de una apreciable importancia estratégica, lo que ha sido motivo para incluirlos y dedicarles una atención especial en las actuaciones de política regional, al menos en sus planteamientos.

De forma resumida se pueden agrupar las funciones que los Servicios a las Empresas desempeñan en el “desarrollo económico” como sigue:

- Por su contribución al crecimiento económico:
 - Son actividades de empleo directo e indirecto.
 - Son actividades de gran valor añadido.
 - Presentan crecimientos superiores a los otros sectores tanto en épocas de crisis como en las de expansión.

- Por constituir un factor esencial en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas:
 - Posibilitan el acceso a especializaciones en *inputs* intermedios.
 - Suelen aumentar la calidad de los productos disminuyendo costes.
 - Los Servicios Avanzados pueden ser accesibles procurando sus ventajas innovadoras y tecnológicas.

- Dada su influencia en la competitividad industrial:
 - Generan ganancias en calidad decisivas en el nuevo entorno internacional.
 - Los diferentes niveles de especialización aportan ventajas comparativas para competir.
 - Los costes directos e indirectos de la contratación externa suelen disminuir a medio y largo plazo.
 - Los beneficios de utilización suelen compensar los costes directos de la provisión del servicio.

- Por la difusión de la tecnología e innovación:
 - Colaboran a la incorporación de tecnología.
 - Mejoran el aprovechamiento de ésta.

- Realizan innovaciones muy diversas: tecnológicas, organizativas, estratégicas, comerciales y operativas.
- Según los factores de internacionalización de algunos sectores:
- Posibilitan el acceso a mercados extranjeros.
 - Gestionan y ayudan en las decisiones estratégicas internacionales.
 - Transmiten elementos estratégicos basados en los adelantos internacionales.
 - Proporcionan información sobre la competencia y la propia posición en el nuevo entorno internacional.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

CAPÍTULO 3
EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS A
EMPRESAS EN LAS REGIONES EUROPEAS.

Introducción

Hemos comentado en el primer capítulo cómo los actuales cambios socioeconómicos producidos a raíz de los procesos de globalización han provocado importantes modificaciones en los procesos de producción, distribución, etc. y han afectado muy especialmente a la organización funcional y espacial de las distintas actividades de servicios, y en particular a los Servicios a las Empresas. Una vez analizado el Sector Servicios en su conjunto, en el capítulo 2 hemos definido qué puede entenderse por Servicios a las Empresas y sus principales características, destacando su espectacular crecimiento en las últimas décadas, así como su posible relación con el “desarrollo económico”.

En los siguientes capítulos intentaremos conocer su situación y perspectivas en la Comunidad Autónoma Andaluza. Pero, antes de pasar a analizar las características de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, sería conveniente conocer la situación del sector en las economías de su entorno. Es decir, para comprender mejor la realidad de este sector en este espacio tan concreto, una referencia a tener en cuenta es el desarrollo del mismo en un contexto cercano, como son las regiones de la Unión Europea, y más concretamente, las regiones españolas.

El crecimiento tan intenso que están teniendo las actividades de servicios en las economías modernas, sobre todo en términos de empleo, no puede ocultar que existen importantes diferencias entre los distintos espacios, las cuales se pueden deber a la distinta especialización sectorial como consecuencia de las diferencias en las dotaciones de factores –por ejemplo, el clima para los servicios turísticos-, o a la existencia de distintos niveles de producción regional de Servicios Avanzados, especialmente los Servicios Avanzados a las Empresas. El escaso desarrollo de estos últimos puede suponer un handicap para las economías afectadas, ya que puede dar lugar a una importante desventaja para la competitividad de las mismas.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente capítulo se divide en dos partes principales: la primera de ellas dirigida a conocer la dinámica de los Servicios a las Empresas en los países de la Unión Europea, y la segunda orientada al conocimiento de este sector en el ámbito de las regiones españolas. Todo ello encaminado a configurar un marco de referencia para poder comprender mejor la dinámica de los Servicios a las Empresas en Andalucía, que será el objeto de análisis del último capítulo.

3.1- Los Servicios a las Empresas en las regiones de la Unión Europea.

Según los datos disponibles¹, los Servicios a las Empresas empleaban en la Unión Europea (UE-15) en 1992 a unos 9 millones de personas², que trabajaban en un número

¹ Las fuentes utilizadas para los datos al nivel de la Unión Europea, son principalmente OCDE y Eurostat. Las cifras ofrecidas para los Servicios a las Empresas han de ser tomadas con ciertas cautelas, debido a la diversidad metodológica utilizada por cada país, y a que no siempre se incluyen las mismas actividades.

² Exactamente son 9.081.229 empleos según las estimaciones de *Enterprises in Europe* de Eurostat (1996), 11.883.000 en 1994 según las estimaciones basadas en *Services Statistics on Value Added and Employment* de la OCDE (1996).

de empresas algo superior a los dos millones³ y generaban casi 900 mil millones de Ecus anualmente⁴.

Las empresas pertenecientes al sector de Servicios a las Empresas⁵ representan casi el 13% del total de la Unión Europea, ocupando al 9% del empleo total. En Francia y Reino Unido su importancia en el total de sus economías es aún mayor, representando las empresas de este sector el 10% y el 12%, respectivamente, del total de la fuerza de trabajo nacional. Este sector es uno de los típicos campos de trabajo y un mercado creciente para el desarrollo de las PYMEs: del total de trabajadores en este sector en la Unión Europea, alrededor del 15% lo hacen en empresas de un solo trabajador.

El crecimiento experimentado por los Servicios Avanzados a las Empresas (SAE), tanto en términos de empleo como de producción, les ha llevado a su consideración de sector estratégico para el crecimiento de las regiones⁶, y ello en un doble sentido:

- a) Posibilitan elevar la productividad de las empresas existentes. Los SAE son activos agentes en la adopción y difusión de las Nuevas Tecnologías, en la introducción de nuevos procesos y productos, en la apertura de nuevos mercados, etc.
- b) Se configuran como un factor estratégico para atraer inversiones de fuera.

Vamos a hacer referencia, en primer lugar, a la evolución del sector servicios en su conjunto, para después definir la situación más concreta de las actividades de Servicios a las Empresas.

3.1.1- Crecimiento y cambios en el Sector Servicios en la Unión Europea.

En la actualidad, todos los países que componen la denominada Unión Europea pueden ser considerados como “economías terciarizadas”, si con ello se quiere dejar constancia de la importancia, no sólo cuantitativa –como queda puesto de manifiesto por las cifras estadísticas oficiales-, sino también cualitativa, que el Sector Servicios representa en las economías de dichos países.

A) Evolución de los servicios en la distribución porcentual en el VAB y el empleo en los países de la Unión Europea.

Según los datos contenidos en la tabla 3.1, en todos los países considerados se observa un importante crecimiento en la participación de las actividades de servicios, tanto en el VAB como en el empleo. Este crecimiento viene acompañado de la consiguiente

³ 2.040.631 según *Enterprises in Europe* de Eurostat (1996).

⁴ 892.247 millones de Ecus según las estimaciones de *Enterprises in Europe* de Eurostat (1996).

⁵ La clasificación seguida por Eurostat, NACE 70, incluye a los Servicios a Empresas (Business Services) en el grupo 8 (Servicios bancarios y financieros, seguros, servicios a empresas, alquileres), en el subgrupo 83 (actividades auxiliares a servicios bancarios y financieros y seguros; transacciones con bienes raíces –excepto arrendamiento de bienes raíces por el propietario-, **Servicios a Empresas**).

⁶ En su tesis doctoral, Rubalcaba (1996) defiende que los Servicios a las Empresas no son sólo una expresión del desarrollo, sino más bien un factor de desarrollo, y que existe una correlación entre “desarrollo económico” y desarrollo de los Servicios a las Empresas (Rubalcaba 1996, 1997; González Romero, 1997).

disminución de la participación de las actividades manufactureras –y, aunque no se han incluido aquí los datos, la disminución también en las actividades del Sector Primario-.

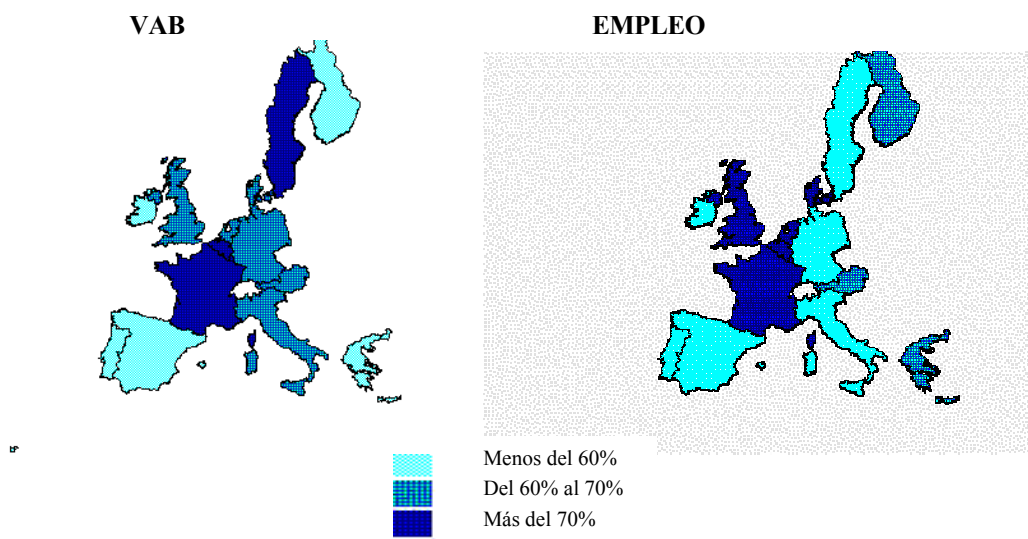
Tabla 3.1: Distribución porcentual del VAB y el empleo en los Servicios y la Industria en la UE-10, 1960-1995.

	Servicios				Industria			
	VAB		Empleo		VAB		Empleo	
	1960	1995	1960	1995	1960	1995	1960	1995
Alemania	41,0	65,8	39,1	59,1	40,3	24,1	34,3	27,0
Austria	42,0	68,0	-	54,0	-	-	-	40,0
Dinamarca	47,0	72,0	45,0	68,0	29,2	17,2	25,0	22,0
España	45,2	64,7	31,0	60,8	27,7 ²	20,3 ³	26,5 ¹	19,3
Finlandia	48,8	67,3	32,2	64,6	22,5	23,6	27,9	24,3
Francia	50,4	71,2	40,0	69,0	-	-	27,0	19,0 ³
Irlanda	52,4	58,1 ⁴	39,0	60,7	-	-	17,2	19,6
Portugal	42,1	62,9 ³	24,8	56,4	33,8 ²	23,9 ³	26,3 ²	19,3
Reino Unido	53,8	71,1 ⁴	47,6	70,5	32,1	18,2 ⁴	38,4	22,1
Suecia	57,3 ¹	70,5 ⁴	44,0	71,0	25,8 ¹	19,6 ⁴	31,5	19,1

Notas: Los datos con superíndice se refieren a los años: ¹- 1968; ²- 1974; ³- 1993; ⁴- 1994.
Fuente: OCDE (1998).

En los mapas de la figura 3.1 hemos dividido los distintos países de la UE según el porcentaje que representan el VAB y el empleo en el Sector Servicios. En ellos se observa que España se encuentra en el grupo de los países con menor porcentaje tanto de VAB como de empleo en los servicios, al igual que Irlanda y Portugal. En el caso opuesto se encuentran Francia y Luxemburgo.

Figura 3.1: Distribución porcentual del VAB y el empleo en los Servicios en los países de la UE, 1996.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos *National Accounts ESA* de Eurostat (1996).

La mayoría de los estudiosos del crecimiento de los servicios se preguntan si el Sector Servicios constituye un elemento motor del crecimiento regional, incluso para las “regiones periféricas” y, en caso de ser así, si puede afirmarse que el desarrollo de las actividades terciarias constituye la clave del reequilibrio de las economías regionales. Las respuestas dadas a estas preguntas son de dos tipos claramente opuestos: algunos

autores afirman el papel reequilibrador de los servicios, mientras que otros les atribuyen una función desequilibradora, sobre todo en lo que se refiere a los Servicios a las Empresas debido a su tendencia a localizarse en determinadas áreas geográficas caracterizadas por una fuerte presencia del Sector Industrial.

En el ámbito internacional, los servicios se desarrollan principalmente en los países más avanzados. Pero, además, las actividades terciarias no se localizan de forma homogénea dentro de los países (Bailly y Maillat, 1988). Por ejemplo, Philippe y Monnoyer (1985) indican, para el caso francés, que los bancos, seguros y Servicios a las Empresas se concentran en algunas regiones y principalmente en la parisina. Daniels (1978) muestra, para Gran Bretaña, que la región londinense (y la Sudeste) concentra la mitad de los empleos de Servicios a las Empresas, gracias a la presencia de múltiples sedes sociales que controlan las empresas situadas en otras regiones. Illeris (1997) refleja, en el caso de Dinamarca, la concentración de Servicios a las Empresas en Copenhague. Martinelli (2000) muestra, para el caso de Italia, cómo las actividades del Sector Servicios en su conjunto están fuertemente concentradas en pocas regiones, y en el caso particular de los “Servicios Avanzados” se evidencian dos “polos” de fuerte especialización: a) las regiones del “Triángulo Industrial” –Liguria, Piemonte y, sobre todo, Lombardía- y b) el Lazio. En España se observa una fuerte concentración de los servicios financieros y seguros y de los “otros servicios para la venta” en Madrid y Cataluña (Asián, 1999, 2000b). Esta tendencia locacional a la centralización de las actividades de Servicios a las Empresas se traduce en una desigualdad en la distribución espacial de funciones, que lleva al aumento de las disparidades regionales⁷.

B) Crecimiento del empleo en los servicios.

Cuando se habla del crecimiento experimentado por el empleo en los servicios hay que tener en cuenta que éste no se reduce a las empresas de servicios, sino que como afirman Gershuny y Miles⁸ (1983): *"El debate sobre la 'terciarización' se ha centrado, fundamentalmente, en el aspecto sectorial del empleo, sin embargo el aumento del número de empleos terciarios se debe en mucha mayor medida a cambios en la propia estructura ocupacional que a variaciones de la distribución de la producción entre los diversos sectores"*.

⁷ Desde el punto de vista espacial, la característica más notable de los servicios es la de su concentración en grandes centros urbanos, normalmente ubicados en “regiones centrales o desarrolladas”. (Cuadrado y González, 1988). Se ha señalado que la producción de servicios está menos vinculada a las materias primas y más a los mercados que la industria, de forma que algunas de ellas muestran fuertes tendencias a la aglomeración, por lo que se pueden producir desplazamientos locacionales acumulativos que generen cambios en las pautas de desarrollo regional (Marshall y Wood, 1992).

Daniels (1985) señaló un comportamiento diferencial, en lo que respecta a las pautas de localización, de los servicios orientados al consumo, que tenderían hacia una distribución más dispersa, y de los servicios orientados a la producción, que estarían más concentrados en los grandes centros de negocios.

⁸ Estos autores distinguen dos acepciones conceptualmente diferentes de los trabajadores de servicios:

1. Desde el punto de vista de las “ramas de actividad”, se consideran trabajadores de servicios a los trabajadores de las empresas de servicios, con independencia del trabajo concreto que realicen. (Esta sería la acepción recogida por las fuentes estadísticas).
2. Atendiendo a la naturaleza de las tareas concretas que realizan estos trabajadores, sería trabajador de servicios aquél que realiza un trabajo cuyo producto inmediato es inmaterial o no duradero. Este segundo aspecto corresponde a la distribución ocupacional del empleo.

Una característica relevante de la variación del empleo por ramas de actividad ha sido el incremento del empleo femenino⁹, ya que, aunque éste ha crecido en todos los sectores, los aumentos absolutos más importantes han sido en las distintas ramas de servicios (Cuadrado, 1992; Cuadrado y Del Río, 1993). Por lo que se refiere a los tipos de empleos que se han creado estos años en los servicios, hay que destacar el crecimiento de los empleos temporales y a tiempo parcial¹⁰.

El aludido crecimiento del empleo en las actividades de servicios es especialmente significativo en las últimas décadas, como se puede observar en la tabla 3.2, en la que aparecen los porcentajes de empleo asalariado en los tres sectores en que tradicionalmente se ha dividido la economía, para los países de la Unión Europea en 1970, 1980 y 1996, y para la media de los siete países para los que se dispone de todos los datos (UE 7¹¹).

Tabla 3.2: Distribución sectorial del empleo en porcentajes en los países de la Unión Europea.

País	Agricultura			Industria			Servicios		
	1970	1980	1996	1970	1980	1996	1970	1980	1996
Alemania	1,3	1,0	0,8	53,7	46,1	36,1	45,0	52,9	63,1
Austria	---	1,5	1,0	---	41,6	33,0	---	56,9	66,0
Bélgica	0,5	0,4	0,4	46,4	36,5	28,8	53,2	63,1	70,8
Dinamarca	3,4	2,1	1,7	39,7	30,3	27,4	56,9	67,6	70,9
España	11,8	6,6	3,3	---	42,9	33,0	---	50,4	63,8
Finlandia	---	3,4	2,2	---	39,7	29,8	---	56,9	67,9
Francia	3,6	1,9	1,4	43,9	37,7	26,3	52,5	60,4	72,4
Grecia	---	2,8	1,7	---	---	33,0	---	---	65,3
Holanda	1,9	1,5	1,7	42,1	34,1	24,9	56,0	64,6	73,5
Italia	8,6	6,1	3,7	47,2	42,7	32,3	44,1	51,2	64,0
Irlanda	5,1	3,1	2,7	40,4	39,7	33,9	---	---	63,4
Luxemburgo	1,4	0,9	0,8	51,9	41,8	28,6	46,6	57,2	70,7
Portugal	---	6,1	4,5	---	47,0	38,2	---	46,9	57,3
Reino Unido	2,0	1,6	1,2	44,9	35,4	21,8	---	63,1	76,8
Suecia	---	2,1	2,0	---	34,0	41,0	---	63,9	57,1
UE 7	3,0	2,0	1,5	46,4	38,5	29,2	50,6	59,5	69,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *National Accounts ESA*, Eurostat (1996).

⁹ Según Gibert (1990), la creciente feminización de la mano de obra en los servicios es un fenómeno fundamental cuya importancia se subestima muy a menudo. Es fundamental porque produce importantes consecuencias, no sólo en el volumen de empleo, sino también en la naturaleza de la evolución del nivel de las cualificaciones exigidas para los empleos ofrecidos en el sector terciario. Por otro lado, el creciente desplazamiento de la mujer de las tareas del hogar al mercado de trabajo también influye en la naturaleza de las prestaciones demandadas (por ejemplo, en materia social: guarderías, etc.). En España, según un estudio realizado por Iglesias, Messina y Cuadrado (1997), el empleo femenino en los servicios duplica al observado en el sector primario o la industria, alcanzando un 45,1% del total.

¹⁰ En general, parece que los servicios se prestan más fácilmente a ciertos cambios en la división del trabajo que otros sectores, como queda reflejado en el hecho de que el trabajo por cuenta propia y el empleo a tiempo parcial aumenten mucho más en este sector que en la industria (OCDE, 1991). Así, por ejemplo, para el caso de España, Iglesias, Messina y Cuadrado (1997) muestran como los servicios registran la mayor presencia de empleo a tiempo parcial (10,3%). Asimismo, según los datos correspondientes al segundo trimestre de 1996, constatan que en lo referente al tipo de contrato, el 84% de las entradas en el sector se producen a través de un contrato temporal y casi un 20% implican jornada a tiempo parcial, correspondiendo las mayores tasas de temporalidad asociadas con las entradas a las ramas de Hostelería (89,8%) y Servicios a Empresas (88%), y destacando en las jornadas a tiempo parcial Otros Servicios (35,7%), Educación e Investigación (34%) y Servicios a Empresas (23,8%).

¹¹ Alemania, Bélgica, Dinamarca, Francia, Holanda, Italia y Luxemburgo.

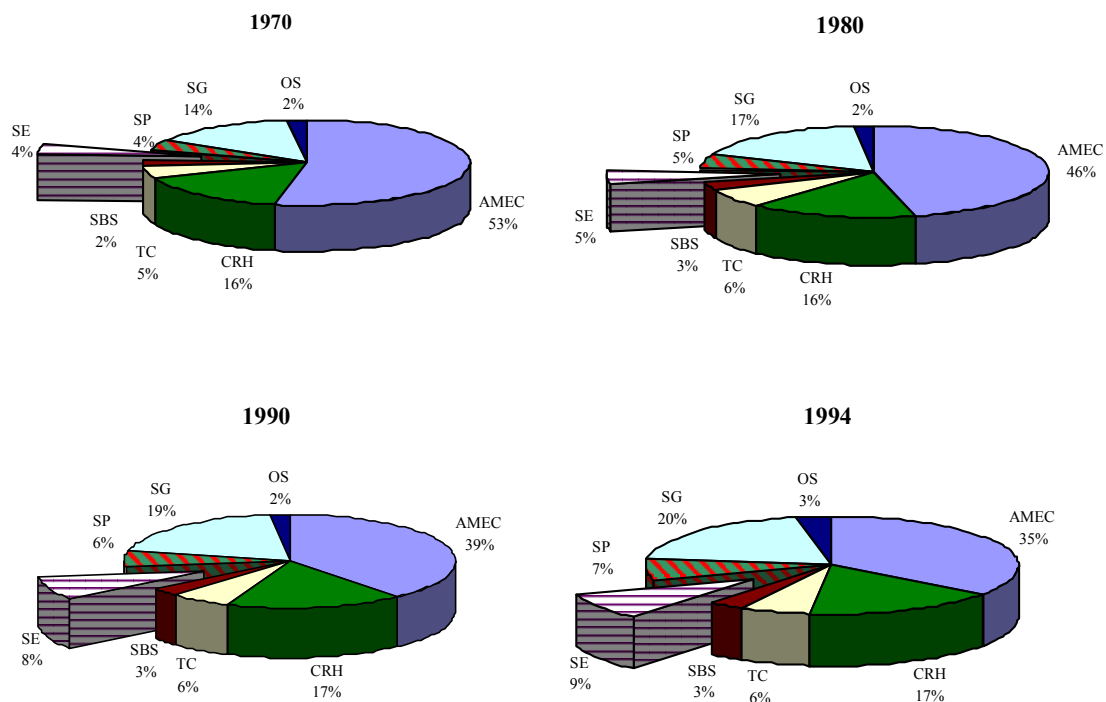
En dicha tabla se aprecia el considerable descenso en la proporción de empleo asalariado en el Sector Agrario, especialmente significativo en España e Italia, países en los que este sector aún tiene una participación elevada con relación a los otros países de la Unión. También se observa un descenso generalizado en los porcentajes de empleo asalariado en la Industria, y un aumento espectacular en el caso de los Servicios¹². Este aumento en los Servicios debe ser matizado con el descenso de los otros dos sectores.

La situación de España es algo diferente a la de estos países que componen la UE-7, y aunque dicha situación ha tendido hacia una convergencia en la estructura ocupacional, como puede observarse en la tabla, y a pesar de la evolución del empleo terciario hacia una participación cada vez mayor en el empleo total, todavía es menor el porcentaje español al de los principales representantes de la Unión Europea.

C) Evolución de las actividades de servicios: referencia a los Servicios a Empresas.

En el gráfico 3.1 podemos apreciar los crecimientos porcentuales anuales en la participación relativa del total del empleo en 1970, 1980, 1990 y 1994, distinguiendo entre distintas actividades de los servicios.

Gráfico 3.1: Tasas relativas de participación en el empleo total. UE-6, 1970-1994



Notas: UE-6: Alemania Occidental, Dinamarca, Finlandia, Francia, Holanda y Suecia.

AMEC = Agricultura, Manufactura, Energía y Construcción; CRH = Comercio, Restauración y Hostelería; TC = Transporte y Comunicaciones; SBS = Servicios Bancarios y Seguros; SE = Servicios a Empresas; PS = Servicios Personales; SG = Servicios Gubernamentales; OS = Otros Servicios.

Fuente: OCDE (1996), tomado de Rubalcaba (2001).

¹² Siendo el peso de éstos en la UE-7 en 1996 de casi un 70%.

A partir de la observación de dicho gráfico podemos constatar la afirmación realizada anteriormente sobre el aumento de peso en los Servicios en contraste con la disminución en la Agricultura y en la Industria manufacturera. En esta ocasión, al tener desagregados los servicios en una serie de actividades –las que permiten los datos disponibles–, también podemos afirmar que todos los servicios han visto incrementar su peso relativo en el empleo total, y de manera especial los Servicios a Empresas –que pasan de representar el 4% en 1970 al 9% en 1994– y los Servicios gubernamentales –del 14% al 20%–.

Si consideramos la evolución en términos absolutos, también en esta ocasión el sector de Servicios a Empresas se muestra como el más dinámico, con tasas de crecimiento para UE-6 en el período considerado que rondan el 70%. Pero teniendo en cuenta el peso relativo de un sector en la economía, puede resultar que un sector puede ser muy dinámico, pero al ser muy pequeño contribuir poco al crecimiento económico global, mientras que en un gran sector, un pequeño crecimiento puede suponer un fuerte incremento en el total.

En la tabla 3.3 incluimos, junto al crecimiento absoluto de los sectores, la contribución de cada uno de ellos al crecimiento del empleo en función de su peso relativo en el total de la economía. Los datos de esta tabla confirman lo que ya habíamos comentado en capítulos anteriores: que los Servicios a las Empresas son el conjunto de actividades más dinámicas en el crecimiento del empleo. Como podemos observar en la tabla, si igualamos a 100 el crecimiento medio del empleo, los Servicios a las Empresas son, junto con los Servicios gubernamentales, los únicos cuya contribución supera este dato. Si nos fijamos en la última columna, en la que se mide la contribución al crecimiento, son nuevamente estas actividades las que superan al resto, con un 4,2% de contribución al crecimiento.

Tabla 3.3: Crecimiento absoluto del empleo en los principales sectores y su contribución al crecimiento total del empleo entre 1980 y 1994.

(UE-6: Alemania, Dinamarca, Finlandia, Francia, Holanda y Suecia)

	1980	1994	Tasa de crecimiento (%)	Contribución sobre 100	Contribución al crecimiento
Comerc y distribuc, restción y hosteler.	14.214,3	15.894,8	11,8	87,7	2,0
Tpte, almacenam y comunicaciones.	4.849,9	5.234,5	6,9	17,7	0,4
Banca y seguros	2.052,7	2.412,4	17,5	18,8	0,4
Alquileres y Servicios a Empresas.	5.093,1	8.671,8	70,3	186,9	4,2
Serv comunit, sociales y personales.	3.177,9	4.368,1	37,5	62,1	1,4
Servicios gubernamentales.	15.030,9	17.280,5	15,0	117,5	2,7
Otros servicios	1.562,4	2.362,2	51,2	41,8	0,9
Total de servicios	46.026,2	56.224,3	22,2	532,5	12,0
Agricultura e industria manufacturera	38.806,6	30.523,7	-21,3	-432,5	-9,8
Total de empleo	84.832,8	86.748,0	2,3	100,0	2,3

Fuente: OCDE (1996), tomado de Rubalcaba (2001).

3.1.2- Disparidades regionales en la Unión Europea relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y los Servicios a Empresas.

Uno de los principales factores a tener en cuenta en la evolución del Sector Servicios en estas economías es la incorporación de las Nuevas Tecnologías, fundamentalmente las relacionadas con la información, como ya comentamos en el primer capítulo. La

introducción de los avances tecnológicos en los Servicios se realiza a través de las inversiones, de la racionalización del trabajo y de la estandarización de los productos¹³. La tecnología también facilita simultáneamente, desde el punto de vista empresarial, dos tipos de estrategias: la concentración en busca de economías de escala, y la segmentación, tratando de aprovechar núcleos de especialización dentro de una misma rama o familia de servicios, con inversiones cada vez más importantes en equipo y en capital humano.

El impacto de las Nuevas Tecnologías en el empleo no es un proceso uniforme, sino que difiere de unas situaciones a otras, o entre países, así como por sectores¹⁴ o por ramas de actividad. Así, en el grupo de Servicios a las Empresas, financieros y bancarios, etc., las Nuevas Tecnologías han afectado al empleo a través de dos vías: con efectos directos que predominan en el caso de los servicios financieros, e indirectos en los Servicios a las Empresas.

Por lo que se refiere a los Servicios a las Empresas, la mayor parte del aumento en el empleo procede de la adopción de Nuevas Tecnologías en el sector manufacturero y en la aplicación de tecnologías de comunicación en otras ramas de servicios. Para utilizar adecuadamente la tecnología incorporada son necesarios servicios especializados externos a las empresas que disponen de aquélla, lo que ha conducido a aumentos de empleo en empresas, fundamentalmente pequeñas, con técnicas especialistas en áreas tales como informática, sistemas de información, etc. Esta tendencia se ve reforzada por el hecho de que las empresas tienden a reemplazar sus propios especialistas por otros de fuentes externas a la empresa.

Con independencia de si los cambios tecnológicos tienen efecto positivo o negativo sobre el empleo neto, en el ámbito macroeconómico, su incidencia, junto a las modificaciones en la demanda final, resulta importante sobre las estructuras ocupacionales y los requerimientos de cualificación a éstos asociados.

A) El peso de los Servicios a Empresas en la Unión Europea.

Al principio hemos dado datos de empleo y valor añadido para estas actividades en la Unión Europea, según los cuales en 1994 dicho sector representaba el 8'6% del empleo total para Europa-7 (Alemania, Austria, Dinamarca, Finlandia, Francia, Holanda y Suecia) y el 16'2¹⁵% del VAB para Europa-6 (Alemania, Austria, España, Francia, Holanda y Reino Unido), superando los porcentajes de valor añadido de las otras ramas de servicios (Gráfico 3.2)¹⁶.

¹³ Éstas son las mismas modalidades que han sido habituales en la Industria.

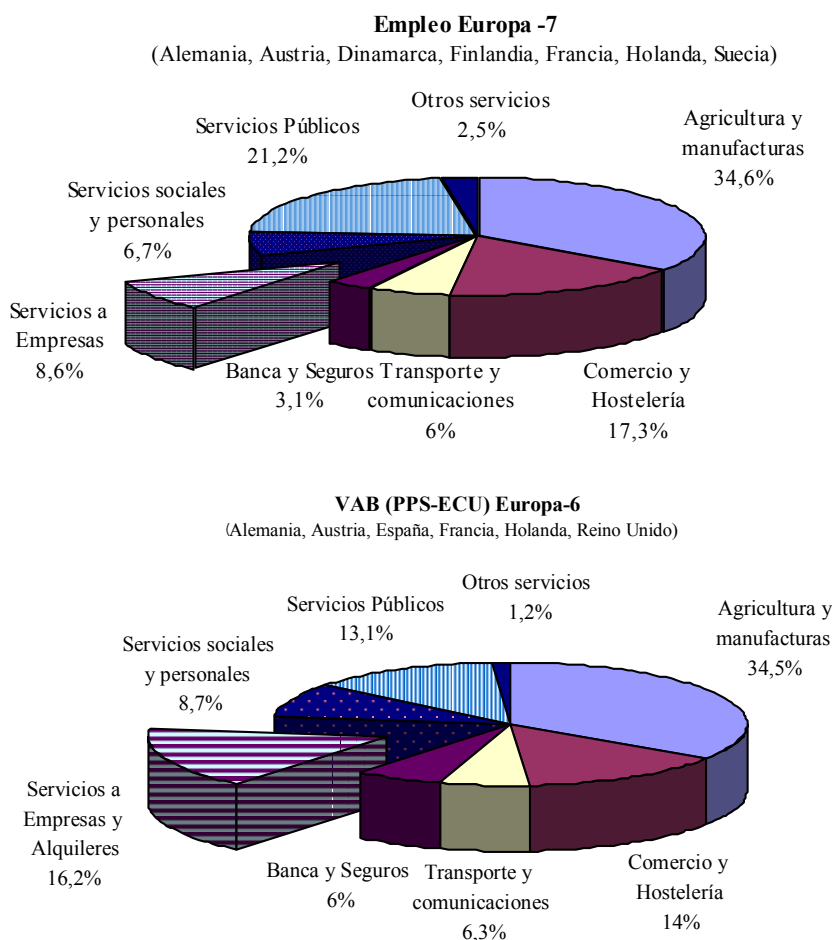
¹⁴ Para un análisis de la relación entre las Nuevas Tecnologías y el empleo en los servicios, véase Gershuny y Miles (1983).

¹⁵ Las cifras de valor añadido se refieren a Servicios a Empresas y alquileres.

¹⁶ Como ya advertimos en la nota 1, las cifras de Servicios a Empresas han de tomarse con la debida cautela, por la diversidad metodológica utilizada por cada país y porque no siempre se incluyen las mismas actividades.

Pero hemos comentado que la situación es bien distinta según el país que se considere. Los Servicios a las Empresas presentan niveles de productividad aparente más elevados que el resto de los sectores (Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998). Ahora bien, como podemos apreciar en la tabla 3.4, éstos a su vez presentan diferencias entre los distintos países europeos considerados. Los Servicios a las Empresas no aparecen separados, sino que están incluidos en el grupo “Otros servicios de mercado”, el cual puede ser representativo de las diferencias que existen. En los países para los que se tienen datos de productividad específica para los Servicios a Empresas –Alemania e Italia-, su nivel es de unos 20.000 ecus superior al de “Otros servicios de mercado”.

Gráfico 3.2: Peso de los Servicios a Empresas en el empleo y el VAB en la Unión Europea, 1994*



*NOTA: 1993 para el VAB de Alemania y 1992 para el de España.

Fuente: *Services Statistics on Value Added and Employment*, OCDE (1996)

Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado (1998) comparan la evolución de la productividad entre 1980 y 1990 para las distintas actividades en que puede dividirse el Sector Servicios, resultando que la productividad de los Servicios a las Empresas se sitúa entre las más altas, junto con la de Bancos y seguros. Al mismo tiempo, mientras que en la mayoría de las ramas de servicios la productividad ha descendido, en Servicios a las Empresas y en Comunicaciones ésta ha aumentado ligeramente.

Tabla 3.4: Valor Añadido Bruto por trabajador (ECU-PPC), 1992

	Agricultura	Industria	Servicios	Servicios de mercado	Servicios Públicos	Otros servicios de mercado
Alemania	15913	40770	42511	50670	28263	84912
Francia	24625	46135	43637	53910	28185	71517
Italia	14070	45169	42846	47533	30378	63068
Holanda	33949	49392	41759	44434	34259	52258
R. Unido	23390	43469	31062	23634	26424	44787
Dinamarca	22500	29813	31193	40483	22176	61158
España	13654	37679	35466	39404	26401	62498
EUROPA 8*	21157	41775	38353	42867	28012	62885

* EUROPA 8: media de los países considerados.

Fuente: Eurostat (1996) tomado de Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado (1998).

A las cifras de empleo y valor añadido referidas para los Servicios a las Empresas, se ha llegado a través de unos crecimientos muy importantes en los años setenta y ochenta. Así, por ejemplo, el valor añadido en los Servicios a las Empresas pasa de representar el 9'7% en promedio en 1980 (para Europa-6) al 14'9% en 1994 (para Europa-10) (Rubalcaba, 2001). La mayor presencia de este sector se sitúa en Reino Unido, Alemania, Francia y Holanda –que son, tras Estados Unidos, los líderes del sector a escala mundial-. A gran distancia se encuentran países como España o Grecia.

Tabla 3.5: Porcentajes de VAB y empleo en Servicios a Empresas sobre el total de sectores.

	Valor añadido bruto*				Empleo			
	1970	1980	1990	1994**	1970	1980	1990	1994
Austria	4,3	6,3	10,2	11,8			4,0	4,5
Dinamarca	9,4	13,4	16,7	16,6	3,1	4,4	5,9	6,3
Finlandia	10,1	10,1	13,0	15,6	1,7	3,3	5,9	6,5
Francia		12,5	16,9	18,0	3,7	5,2	8,0	8,2
Alemania Occidental	4,8	7,5	12,1	14,9	4,4	6,0	8,2	9,8
Grecia	7,8	6,2	6,4	8,2				
Holanda	6,7	9,3	15,3	16,4	2,9	5,2	8,1	9,3
España		7,3	10,3	10,7			2,5	5,1
Suecia		11,0	13,3	17,5		3,9	6,2	6,6
Reino Unido	12,0	13,7	17,8	19,5			8,5	9,3
Europa (media)	7,9	9,7	13,2	14,9	3,2	4,7	6,4	7,3

Notas: * Medias. VAB en miles de millones de ecus, precios constantes de 1990 a precios de mercado, excepto para Finlandia y Suecia (valores básicos) y Dinamarca, Grecia y Reino Unido (coste de los factores).

** España y Holanda, 1992; Grecia, 1993.

Fuente: OCDE (1996). INE (España). Tomado de Rubalcaba, 2001.

B) Localización de los Servicios a Empresas en la Unión Europea.

Ya hemos comentado que las actividades de Servicios a Empresas no se distribuyen uniformemente en el territorio, sino que tienden a concentrarse en determinadas zonas. Para ver las principales pautas de localización de estas actividades en los países de la Unión Europea, vamos a utilizar los datos elaborados por Rubalcaba a partir del *Panorama de la Industria Comunitaria* para 1994¹⁷.

¹⁷ Para ver el grado de concentración en los principales países, Rubalcaba utiliza aquellas series de datos más fiables que puedan dar una idea de la presencia de un subsector en un conjunto de países, y que puedan permitir una comparación con el tamaño económico medio de dichos países.

Tabla 3.6¹⁸: Posición de los Servicios a Empresas en los países de la UE-12 (posición de cada país frente a la media = 100 de cada sector)

Sector	Variable	Alemania	Bélgica	Dinamarca	España	Francia	Grecia	Irlanda	Italia	Luxemburgo	P. Bajos	Portugal	Reino Unido	Media UE-12
Total Economía	PIB, p.m.	318	37	24	99	224	13	8	216	2	54	15	189	100
Total Economía	Empleo	342	32	24	95	195	20	9	155	2	61	35	230	100
Consultoría de gestión	V. negocio	437	36	20	63	128	13	13	90	2	48	20	329	100
Servicios legales	V. negocio	212	3	17	88	270	13	4	160	1	54	49	328	100
Contabilidad	V. negocio	436	36	24	83	163	11	11	179	2	74	12	168	100
Ingeniería industrial	V. negocio	318	25	51	92	232	8	2	140	3	67	8	254	100
Inspección y control	Empleo	263	53	23	34	285	2	8	41	1	84	10	394	100
Servicios Inmobiliarios	Empleo	140	13	8	26	137	2	3	502	0	56	32	280	100
Leasing	V. negocio	335	27	9	90	197	4	164	15	3	50	27	281	100
Trabajo temporal	V. negocio	142	53	3	10	357	11	7	178	0	129	12	298	100
Formación profesional	Inversión	337	14	37	44	264	6	14	246	0	28	7	202	100
Servicios informáticos	V. negocio	336	33	22	56	252	12	7	196	2	48	13	224	100
Ferias y exposiciones	Expositores	319	17	12	92	267	13	8	213	8	31	20	201	100
Estudios de mercado	V. negocio	304	33	15	71	272	10	7	138	0	69	10	269	100
Comunicación electrónica	Empresas	167	50	41	55	233	0	3	59	15	48	12	517	100
Ayuda a exportación	Empleo	342	39	11	39	263	11	8	92	2	26	26	342	100
Publicidad	V. negocio	334	23	20	192	176	14	10	145	2	57	13	215	100
Marketing directo	V. negocio	439	20	36	76	223	4	3	129	2	116	4	150	100
Relaciones públicas	V. negocio	296	30	19	49	117	5	64	101	2	132	15	371	100
Servicios lingüísticos	Traducción	388	24	77	202	204	12	0	42	2	171	38	40	100
Servicios de seguridad	Empleo	297	28	14	172	198	6	14	113	2	48	42	266	100
Servicios de limpieza	Empleo	308	38	17	130	156	26	12	215	1	103	14	181	100
Servicios expresos	V. negocio	218	38	15	55	176	19	28	165	6	83	15	382	100
Mediana		318	30	19	71	223	11	8	140	2	57	14	269	100

Nota: En negrita el país líder de cada grupo.

Fuente: Rubalcaba (2001)

¹⁸ Ver nota 18.

A partir de los datos de la tabla 3.6¹⁹, se concluye que Alemania es el primer país en Servicios a Empresas, siendo el líder en 14 de las 21 actividades consideradas, y con posiciones superiores a la media –100- en todas ellas. Seguidamente se sitúan Reino Unido, Francia, Italia y España. Reino Unido es líder en 6 de las actividades, y también se sitúa por encima de la media en todas las actividades, excepto en Servicios lingüísticos. Francia es líder en los servicios de Trabajo temporal, y también está por encima de la media en todos los servicios. Reino Unido y Francia poseen la mayoría de las segundas posiciones. Italia es la primera en Servicios inmobiliarios, y ocupa posiciones por encima de la media en todas las actividades consideradas excepto en 6, dominando algunas terceras y cuartas posiciones. España sólo ocupa posiciones por encima de la media en Publicidad, Servicios lingüísticos (en ambos ocupa la tercera posición), Servicios de seguridad y Servicios de limpieza, y está cerca del 100 en Ingeniería industrial, Leasing y Ferias y exposiciones.

Estos datos hay que matizarlos en cierta medida. Como indica Rubalcaba (2001), los lideratos no han de significar necesariamente notoriedad absoluta dentro de una actividad. Así, por ejemplo, las empresas líderes de muchos subsectores como la Contabilidad y Auditoría se hallan en el Reino Unido, y, sin embargo, Alemania es el país que tiene un mayor volumen. La existencia de problemas estadísticos, así como la existencia de economía sumergida, también pueden condicionar los resultados.

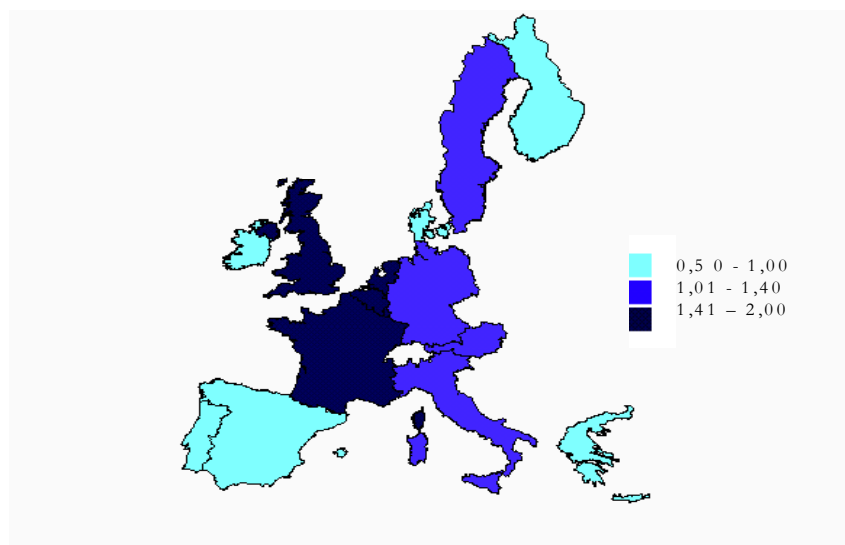
En diversos estudios realizados por Rubalcaba²⁰, principalmente a partir de los datos agregados de Contabilidad Nacional (OCDE y Eurostat), y también a partir de los datos del Panorama de la Industria, se observa que existe una estrecha relación entre economía de Servicios a Empresas y renta económica de los países, siendo los países “más poderosos” los que muestran un mayor porcentaje relativo de Servicios a Empresas respecto a otros sectores de servicios.

Rubalcaba muestra en sus análisis la fuerte correlación entre los Servicios a Empresas por habitante y la renta per cápita medida a través del PNB en paridad de poder de compra en los 12 países considerados de la Unión Europea. Calcula una regresión entre el volumen de Servicios a Empresas por habitante, como variable dependiente, y la renta per cápita, medida a través del PNB ppc. Resulta que los países con más renta son los que tienen más Servicios a Empresas por persona: Luxemburgo, Alemania, Reino Unido, Francia, Dinamarca y Países Bajos, mientras que los países con menos renta son los que tienen menos Servicios a Empresas por persona: es el caso de España, Grecia, Portugal e Irlanda. Los casos más atípicos son los de Reino Unido, cuya posición en Servicios a Empresas es mucho mayor de la que le correspondería por renta, y Bélgica e Italia por lo contrario.

¹⁹ Estos resultados difieren de los utilizados anteriormente con los datos de la OCDE y Eurostat, que provienen de los datos de las Contabilidades Nacionales. Para datos agregados (en los que se incluyen alquileres junto a Servicios a Empresas), por lo general son más fiables los datos de las Contabilidades Nacionales. Pero para tener datos de cada actividad, como indica Rubalcaba (2001), el *Panorama de la Industria Comunitaria* es la única fuente que provee información para la mayoría de los países. Por tanto, los datos que se comentan hay que tomarlos con la debida cautela.

²⁰ Se puede consultar Rubalcaba (1996, 2001), Rubalcaba y Cuadrado (1997), Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado (1998).

Figura 3.2: Coeficientes de especialización del empleo en los Servicios a Empresas en los países de la Unión Europea, 1999.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Services. Statistics on Employment and Value Added*. OCDE (2001).

Considerando los diferentes resultados de los estudios realizados por Rubalcaba, éste concluye que hay tres tipos de factores que influyen bastante en las concentraciones espaciales de los sectores de Servicios a las Empresas:

- la naturaleza del sector, que explica que, por ejemplo, los servicios lingüísticos estén concentrados en los países que más necesitan de traducción de inglés;
- el momento de los mercados, que explicaría, por ejemplo, el auge de las agencias de publicidad en los países más periféricos y mediterráneos;
- la riqueza económica, que indica que la mayoría de los subsectores de Servicios a Empresas tiendan a estar sobrerrepresentados en los países ricos y subrepresentados en los menos ricos.

Por lo general, muchos de los servicios considerados más avanzados –Inspección y control de calidad, Comunicación electrónica, Servicios informáticos, Ingeniería industrial, Formación profesional, etc.- están más presentes en los países más ricos. Sin embargo, aquellos servicios más representados en los países menos ricos, suelen ser los de carácter operativo y los servicios de administración.

3.2- La dinámica regional de los Servicios a Empresas en España.

3.2.1- Evolución de los servicios en España.

La economía española, aunque con un relativo retraso, no ha permanecido al margen del proceso de cambio estructural que ha provocado una extraordinaria expansión del Sector Servicios en las economías avanzadas, y que ha dado lugar a que se hable de la terciarización de la economía. Pero, aunque la evolución de los servicios en España ha

sido muy positiva en las últimas décadas, tanto en lo relacionado con la producción como con el empleo, se deben considerar una serie de matices²¹ que hacen diferente la evolución de los servicios en nuestro país a lo que es la norma habitual en el resto de países industrializados.

Es incuestionable el hecho del crecimiento incesante del empleo en los servicios en España, tanto como un efecto de las pérdidas en la agricultura y pesca y en la industria, como en términos absolutos. Este hecho, común a lo que ha sucedido en los demás países de la Unión Europea, ha tenido lugar en nuestro país durante los últimos 30 años, mientras que en la mayoría de los países europeos se inició antes. (Véase tabla 3.2)

Uno de los factores que tradicionalmente se ha utilizado para explicar el crecimiento del empleo en los servicios²², es la mayor estabilidad del empleo en este sector en relación con las oscilaciones coyunturales²³, lo cual guarda relación directa con varios factores:

- La importante presencia del sector público en el sector.
- El carácter específico de la relación entre el empleo terciario y el mercado de trabajo²⁴.
- La mayoría de actividades del sector servicios han permanecido aisladas de la competencia internacional.

Sin embargo, como se demuestra en el trabajo realizado por Cuadrado y otros (1999), a partir de 1985 aumenta la volatilidad del empleo terciario en España, debido a la mayor presencia de empleo temporal, a partir de la reforma en el ordenamiento del mercado de trabajo de finales de 1984, así como a la mayor flexibilización introducida.

Como podemos apreciar en la tabla 3.7, la participación del VAB y, sobre todo, del empleo de los servicios sobre el VAB y el empleo total, ha aumentado considerablemente. Se observa en las tres últimas décadas un aumento de la participación de los servicios en la producción nacional, valorada a precios corrientes, de más de 20 puntos porcentuales. Sin embargo, en términos reales, el aumento ha sido prácticamente imperceptible –poco más de 1 punto porcentual-. En términos de empleo, como ya hemos comentado, el crecimiento del sector ha sido sostenido, tanto en términos relativos como absolutos.

²¹ La apertura a los mercados internacionales, el impacto de los cambios provocados por las Nuevas Tecnologías, así como los profundos cambios culturales –como la rápida incorporación de la mujer al mercado laboral-, han tenido lugar en España con más rapidez que en las economías vecinas. Esto, junto con otra serie de factores, ha provocado que el cambio estructural en el mercado de trabajo español a favor del sector servicios, haya sido más rápido que en los otros países.

²² González (1997), Martínez Serrano (1999), etc., enumeran los factores que han incidido tanto en la demanda como en la oferta de servicios, influyendo en el avance de los mismos en las últimas décadas.

²³ Aunque, según Del Río y González (2000), desde principios de los noventa, se está produciendo una gradual transformación de la morfología cíclica de los servicios de la economía española, que está dando lugar a un *nuevo sector servicios*, más competitivo y eficiente, pero más expuesto a las presiones competitivas procedentes tanto del interior como del exterior. Para un análisis de la relación de los servicios y el ciclo económico véase Cuadrado y Ortiz (1999), Cuadrado y otros (1999), Rubalcaba (2001).

²⁴ Generalmente resulta más fácil en este sector la realización de ciertos cambios en la división del trabajo, como el trabajo por cuenta propia y el empleo a tiempo parcial. Además, en las fases recesivas algunas actividades de servicios sirven de “refugio” para los desempleados expulsados de otros sectores y, por otro lado, muchas empresas pequeñas, que son las mayoritarias en el sector, se ajustan a la recesión disminuyendo las horas reales de trabajo pero no el número de empleados.

Tabla 3.7: Principales indicadores del sector servicios en España (porcentajes), 1964-1998.

Magnitudes	1964	1975	1985	1998
- VAB servicios/VAB total (ptas. corrientes)	41,7	46,9	56,8	63,2
- VAB servicios/VAB total (ptas. 1986)	56,5	53,0	56,1	57,8
- Empleo servicios/empleo total	32,2	39,8	50,0	61,6
- Exportaciones servicios/exportaciones totales	54,0	41,9	34,0	29,8 ¹
- Importaciones servicios/importaciones totales	7,0	8,2	12,0	12,9 ¹
- Exportaciones servicios/VAB servicios	14,3	11,7	13,2	14,2 ¹
- Importaciones servicios/VAB servicios	2,1	2,9	4,2	5,9 ¹

(1) Año 1997. Fuente: INE. Tomado de Martínez Serrano (1999).

No obstante, esta importancia de los servicios en la producción y el empleo no se refleja en el comercio exterior, ya que las importaciones y exportaciones de servicios representan unos valores bajos en relación al valor de la producción, si bien dichos valores han empezado a crecer a partir de mediados de los 80. Aunque las exportaciones de servicios respecto a las exportaciones totales superan al cociente entre importaciones de servicios e importaciones totales, las primeras han descendido fuertemente desde 1964, al tiempo que las segundas crecían.

Los factores que impulsan desde la demanda el desarrollo de los servicios destinados a la venta, y que representan la demanda intermedia y final en las TIO, son: el gasto de las familias²⁵ en servicios, la demanda de servicios por el propio sistema productivo y la demanda exterior. La demanda de servicios por parte de las familias domina claramente a las demás en términos relativos. Dicha demanda de servicios no sólo es sensible a los cambios en el nivel de renta, tal como indica la Ley de Engel, sino que también lo es a las características de la población y a sus variaciones, a los cambios en las costumbres y formas de vida, en las que los cambios tecnológicos tienen también una influencia importante, y a la evolución de los precios. Así, en España, la demanda de servicios está siendo favorecida, además de por el efecto renta, por el incremento del tiempo libre y de las vacaciones, por la mayor participación de la mujer²⁶ en el mercado de trabajo, por la aparición de nuevos servicios vinculados a los avances tecnológicos, etc.

El consumo de servicios por parte del sistema productivo, también denominado consumo intermedio, es uno de los factores claves del crecimiento del terciario en todos los países industrializados. La industria y los servicios son cada vez más complementarios, siendo los servicios cada vez más unos inputs importantes para la industria. El consumo intermedio de servicios en nuestro país es más bajo que en otros países avanzados de nuestro entorno. La utilización de servicios por empresas industriales es todavía bastante baja y, además, con carácter general, se aprecia un desconocimiento de lo que son bastantes Servicios a las Empresas, excepto los más tradicionales. (Rubalcaba, 1996)

²⁵ El gasto en servicios de las familias españolas absorbía en 1996 alrededor del 32% del presupuesto familiar, según la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (Mañas, Gabaldón y Gallardo, 2000).

²⁶ La incorporación de la mujer al mercado de trabajo y el aumento del stock de capital humano dentro de las familias han generado fuertes incrementos en los gastos dedicados a servicios ahorradores de tiempo doméstico (servicios domésticos, de guarderías, de comidas y bebidas fuera del hogar, etc.) y en los servicios que mejoran la calidad de vida de los miembros del hogar (principalmente los servicios de telecomunicaciones, los médicos y los de hoteles y viajes). (Mañas, Gabaldón y Gallardo, 2000).

Por lo que se refiere a la demanda exterior hay que comentar que las balanzas corrientes de todos los países, sobre todo en los más industrializados, muestran claramente que el comercio internacional de servicios presenta una tendencia creciente. (Moral y Lanzas, 2000). En el caso de España, desde antes de los setenta, la balanza de servicios ha presentado saldos muy positivos, compensando los déficits existentes en la balanza comercial, y que se debían principalmente al turismo, mientras otros servicios muy dinámicos en otros países industrializados tienen una baja representación en el nuestro, situación que últimamente se está viendo modificada. La demanda exterior de servicios ha sido un factor muy importante en el desarrollo del sector servicios español y en la rápida “terciarización” de esta economía.

Los flujos de servicios en la balanza de pagos española no son los típicos de un país con fuerte desarrollo de la comercialización de servicios en el ámbito internacional. Al contrario, los capítulos más dinámicos en otros países industrializados –como las rentas de inversiones extranjeras y otros servicios- tienen en España un peso inferior y alcanzaron, en los setenta y ochenta, una expansión más limitada que en otros países.

Frente a la tendencia general de creciente participación de los intercambios internacionales de servicios en el comercio mundial, contrasta la evolución experimentada por el comercio de servicios en la balanza de pagos española, donde la participación de los servicios ha permanecido estancada a lo largo de la década de los ochenta. La rápida expansión de los flujos comerciales de servicios que cabría esperar, como consecuencia de la rápida terciarización de la economía española y los mayores niveles de apertura, no se corresponde con el comportamiento de la balanza de servicios. (García, 1996). Mientras que las exportaciones españolas de productos tangibles han aumentado su cuota en el mercado mundial, pasando del 1’36% de 1987 al 1’90% en 1997, las de intangibles han retrocedido ligeramente, situándose en el 3’32% en 1997 frente al 3’60% de 1987 (Moral y Lanzas, 2000).

A) La producción terciaria española.

La medición y valoración del output de los servicios presenta bastantes problemas, ya que el servicio en muy pocos casos es medible en términos físicos y es muy difícil cuantificar los aspectos cualitativos, no siendo iguales los errores cometidos. Sin embargo, todos los países occidentales, al referirse a la producción del sector, aceptan convencionalmente los criterios utilizados para estimar las magnitudes de la Contabilidad Nacional²⁷. Además, antes de iniciar cualquier estudio sobre la producción en los servicios en la economía española, hay que tener en cuenta las insuficiencias estadísticas²⁸.

Al estudiar la contribución de los cuatro grandes sectores en la producción existen significativas diferencias en los resultados y conclusiones dependiendo de que se trabaje a precios corrientes o a precios constantes. Estas diferencias son especialmente

²⁷ Véase Gómez Del Moral (1992).

²⁸ Como dice González (1997: 33), “*el estudio de la actividad productiva del sector servicios está notablemente mediatizado por problemas metodológicos, propios de la producción de servicios, y fundamentalmente por dificultades de tipo estadístico*”.

Sobre las estadísticas del sector servicios en España véase Alcaide (1990), Bermúdez y Fernández (1992), Cuadrado (1994), De Castro y Cortina (1998).

significativas en el caso de los servicios, como hemos comentado anteriormente²⁹. Así, de la estructura sectorial de la producción a precios corrientes se deduce el acelerado proceso de terciarización de la economía española, debido al avance espectacular de los servicios destinados a la venta, junto a los importantes retrocesos sufridos por la agricultura y por la industria, que llevan a hablar de la “desagriculturización” y “desindustrialización” de la producción. Ahora bien, aunque la caída de peso de la agricultura y la industria se sigue manteniendo, ésta se ve bastante atenuada al considerar la valoración en pesetas constantes. Asimismo, el avance de los servicios se ve bastante reducido, presentando un contraste aún más evidente en los servicios destinados a la venta³⁰, lo que hace deducir que gran parte de su crecimiento en términos nominales se debe a su encarecimiento.

En España, los precios³¹ de los servicios han sido un factor determinante de la “terciarización” de nuestra economía. Según el análisis realizado por Martínez Serrano (1999), en el período 1964-1995 los servicios destinados a la venta aumentaron su participación en la producción en términos nominales pero la redujeron ligeramente en términos reales. A su vez, se observan diferencias según las ramas de actividad dentro de los servicios a la venta³².

Tabla 3.8: Participación porcentual de los servicios en el VAB en distintos países de la UE.

Países	Servicios destinados a la venta			Servicios no destinados venta			Total Servicios		
	1970	1996	Tasa de crecim. anual	1970	1996	Tasa de crecim. anual	1970	1996	Tasa de crecim. anual
Alemania	34,9	53,0	1,6	11,2	13,4	0,7	46,1	66,5	1,4
Bélgica	41,5	58,3	1,3	11,8	12,0	0,1	53,3	70,3	1,1
Dinamarca	43,8	45,5	0,1	16,2	22,6	1,3	59,7	68,2	0,5
España	39,5	48,5	0,8	7,8	14,6	2,4	47,3	63,1	1,1
Francia	39,7	52,2	1,1	13,2	18,2	1,2	52,8	70,4	1,1
Italia	39,0	52,3	1,1	11,0	13,3	0,7	50,0	65,6	1,0
Reino Unido	38,9	54,5	1,3	13,2	12,4	-0,2	52,1	66,9	0,9

Fuente: *National Accounts ESA Eurostat (1998)*

En comparación con los países de la Unión Europea, hasta hace poco tiempo la importancia relativa de los servicios en España ha sido inferior, particularmente en los

²⁹ Para ver la evolución de la estructura sectorial de la producción a precios corrientes y constantes en el período 1970-1995 puede consultarse González (1997).

³⁰ Del Río y González (2000) deducen que, desde el punto de vista de la producción, los servicios han tenido un comportamiento muy similar al observado para el conjunto de la economía española, pero que los que realmente han crecido son los servicios de mercado, cuya producción está creciendo a tasas superiores al 4%, mientras que los servicios de no mercado se han caracterizado por la atonía productiva.

³¹ Un número importante de estudios realizados en los últimos años (por ejemplo, Raymond, 1992; Cuadrado, 1993; Carrasco, 1993; Viñals, 1997), han destacado un conjunto de factores explicativos de la continuada elevación de los precios de los servicios: la elevada elasticidad renta, las regulaciones e intervenciones en el sector que impiden la competencia, los deficientes niveles de productividad, etc.

³² Así, la distribución comercial muestra una tendencia alcista en términos nominales y un descenso en términos reales, lo que indica un encarecimiento de la misma. Registra una gran expansión la rama de Hostelería, dada la importancia del turismo en España. La rama de Transporte y comunicaciones aumenta su participación en la producción real, siendo más moderado su crecimiento en términos corrientes, al ser actividades susceptibles de importantes avances técnicos que posibilitan su abaratamiento. El grupo “Otros servicios”, en el que se incluyen los Servicios a las Empresas, Sanidad y Educación privada, Servicios inmobiliarios, etc., aumentó su importancia en términos nominales y la redujo en valores constantes, indicando su encarecimiento.

servicios no destinados a la venta. El extraordinario crecimiento de la participación de los servicios no destinados a la venta en la producción nacional ha provocado que su situación a finales de los noventa sea similar al del resto de países europeos. Sin embargo, los servicios destinados a la venta han experimentado un crecimiento moderado en su participación en la producción nacional, siendo ésta sustancialmente inferior a la de la mayor parte de los países de la Unión (tabla 3.8).

Según los índices de especialización de la producción y del comercio de los servicios de mercado para algunos países de la Unión Europea, calculados por Martínez Serrano (1997), podemos resaltar la alta especialización española en la actividad turística. En la producción también destaca su especialización en comercio e instituciones financieras.

B) El empleo en el Sector Servicios en España.

En términos de empleo, nuestro país está aún por debajo del peso específico que adquieren habitualmente los servicios en otros países industrializados (ver tablas 3.2, 3.5 y 3.9), siendo la distribución del mismo por ramas de actividad muy diferente a la de las principales economías. En España, por ejemplo, adquieren menor relevancia los sectores de la Banca, Seguros, Bienes Inmobiliarios y Servicios a las Empresas (Cuadrado y otros, 1999), aunque, como veremos a continuación, son las ramas que han experimentado mayores tasas de crecimiento, sobre todo a partir de 1985.

Tabla 3.9: Participación porcentual de los servicios en el empleo en distintos países de la UE.

Países	Servicios destinados a la venta			Servicios no destinados a la venta			Total servicios		
	1970	1996	Tasa de crecim. anual	1970	1996	Tasa de crecim. anual	1970	1996	Tasa de crecim. anual
Alemania	28,7	40,3	1,3	16,3	22,8	1,3	45,0	63,1	1,3
Bélgica	31,0	44,4	1,4	22,2	26,3	0,7	53,2	70,8	1,1
Dinamarca	33,6	35,2	0,2	23,3	35,7	1,7	56,9	70,9	0,8
España ¹	35,4	36,6	0,2	15,0	27,1	3,8	40,0	63,8	1,8
Francia	29,0	40,6	1,3	23,5	31,8	1,2	52,5	72,4	1,2
Italia	24,1	36,2	1,6	20,1	27,8	1,3	44,1	64,0	1,4
Reino Unido ²	34,5	60,8	2,2	22,9	16,0	-2,2	63,1	76,8	1,2

(1) El dato de total servicios España para 1970 es de *Statistics on Value Added and Employment*, OCDE.

El primer año de servicios destinados a la venta y servicios no destinados a la venta es 1980.

(2) Para el Reino Unido, el primer año para los servicios no a la venta y el total de servicios es 1980.

Fuente: *National Accounts ESA*, Eurostat (1998).

España presentaba en 1970 una situación de clara inferioridad en los servicios no destinados a la venta, que se ha ido paliando mediante un crecimiento continuado en este tipo de servicios. Sin embargo, se partía de un porcentaje de servicios a la venta equivalente o superior al de otros países de la Unión Europea, pero, debido a su estancamiento, en 1996 presenta uno de los menores porcentajes.

En la tabla 3.10 se observa que el crecimiento medio tendencial del empleo en España ha sido prácticamente nulo en el período 1978-1997. El único sector que mantiene tasas de crecimiento positivas a lo largo de todo el período es el de los servicios, aunque con una evolución muy dispar entre las distintas etapas. En el extremo opuesto se encuentra el sector agrícola, que ha experimentado unas dramáticas reducciones de empleo, tanto en términos relativos como absolutos, en estas últimas décadas.

Tabla 3.10: Crecimiento medio de la tendencia del empleo por ramas de actividad.

		Empleo	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
Total período	1978-1997	0,01	-4,52	-1,64	-0,10	2,09
Crisis y ajuste	1978-1985	-1,79	-3,92	-3,24	-4,90	0,57
Expansión	1985-1991	1,92	-4,88	0,77	4,90	4,00
Recesión	1991-1994	-0,26	-5,90	-2,54	-0,01	1,75
Recuperación	1994-1997	0,46	-3,87	-1,98	0,57	2,02

Fuente: Elaborado por Cuadrado y otros (1999) a partir de la EPA (INE).

El crecimiento del empleo en el sector servicios, ha sido corroborado para 1999 por Del Río y González (2000), destacando un aumento del 4'7% con respecto al año anterior. Sin embargo, esta pauta alcista del empleo terciario no ha sido igual en las distintas actividades que lo componen, como queda reflejado en el trabajo de Cuadrado y otros (1999). Aunque todas las grandes ramas en que se han dividido los servicios han experimentado crecimientos en el empleo en las dos últimas décadas, no todas ellas han crecido en la misma medida, observándose diferencias, sobre todo a partir de 1985. Las ramas que más han crecido han sido las de Finanzas, Seguros y Servicios a Empresas, así como los Servicios de las Administraciones Públicas y los Servicios personales, sociales y comunitarios.

Esquema 3.1: Comportamiento de las actividades terciarias en materia de empleo.

1978-1997	Crisis 1978-1985	Expansión 1985-1991	Recesión 1991-1994	Recuperación 1994-1997
Actividades en expansión	Activ. en expansión	Activ. en expansión	Activ. en expansión	Activ. en expansión
Servicios a Empresas	Servicios a Empresas	Alquileres	Servicios a Empresas	Auxiliares finanzas
Alquileres	Limpieza	Servicios a Empresas	Auxiliares finanzas	Seguros
Auxiliares finanzas	Educación-investigac.	Auxiliares finanzas	Seguros	Servicios a Empresas
Recreativos-culturales	Recreativos-culturales	Recreativos-culturales	Sanidad, S.Soc. y Com	Sanidad, S.Soc. y Com
Educación-investigación	Administraciones Pcas.	Sanidad, S.Soc. y Com	Educación-investigac.	Alquileres
Sanidad, S. Soc. y Com.	Correos y Telecomun.	Tpte. Aéreo	Alquileres	Recreativos-culturales
Administraciones Pcas.	Act. Anexas a Tptes.	Administraciones Pcas.	Correos y Telecomun.	Educación-investigac.
Seguros	Sanidad, S.Soc. y Com	Correos y Telecom.	Hostelería	Hostelería
Correos y Telecomunic.	Alquileres	Educación-investigac.	Administraciones Pcas.	Administraciones Pcas.
Hostelería	Hostelería	Hostelería	Recreativos-culturales	Tpte. Terrestre
Activ. Anexas a Tptes.		Seguros		Act. Anexas a Tptes.
Tpte. Aéreo		Act. Anexas a Tptes.		Correos y Telecomun.
Comercio-reparación		Comercio-reparación		
		Finanzas		
		Tpte. Terrestre		
Actividades estacionarias	Activ. estacionarias	Activ. estacionarias	Activ. estacionarias	Activ. estacionarias
Finanzas	Finanzas	Personales-domésticos	Tpte. Terrestre	Comercio-reparación
Tpte. Terrestre			Comercio-reparación	Limpieza
Personales-domésticos			Limpieza	Personales-domésticos
Actividades en declive	Activ. en declive	Activ. en declive	Activ. en declive	Activ. en declive
Tpte. Marítimo	Tpte. Marítimo	Limpieza	Tpte. Marítimo	Tpte. Marítimo
Limpieza	Auxiliares finanzas	Tpte. Marítimo	Personales-domésticos	Finanzas
	Tpte. Aéreo		Act. Anexas a Tptes.	Tpte. Aéreo
	Tpte. Terrestre		Tpte. Aéreo	
	Comercio-reparación		Finanzas	
	Seguros			
	Personales-domésticos			

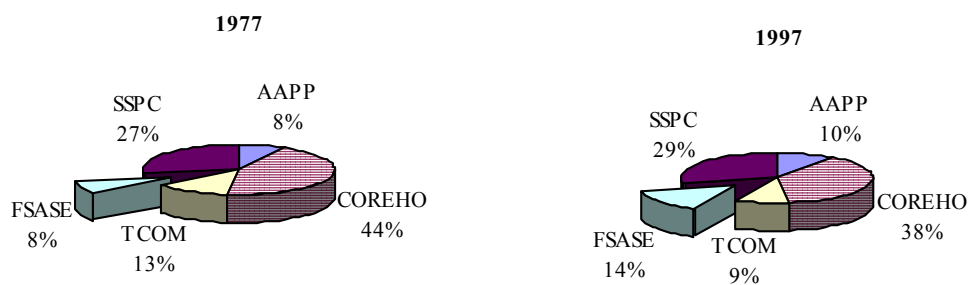
En definitiva, las actividades de servicios han mostrado trayectorias muy dispares a lo largo de las distintas fases por las que ha atravesado la economía española desde 1978 a 1997, aunque se pueden apreciar algunos patrones de comportamiento. A partir de la evolución en el crecimiento medio de la tendencia del empleo en las actividades del

sector servicios recogidas en el citado trabajo de Cuadrado y otros (1999), se pueden sistematizar dichos patrones en las actividades de servicios, en función de que hayan aumentado o disminuido su importancia relativa en cada etapa, clasificándolas como actividades expansivas, en declive o estacionarias (esquema 3.1).

A partir de la clasificación realizada de las actividades de servicios en las distintas etapas en que se ha dividido el período 1978-1997, se puede confirmar el papel compensador de algunas actividades de los Servicios públicos³³ –Sanidad, Servicios sociales y comunitarios; Educación-investigación y Administraciones Públicas- durante las fases recesivas de la economía española, que aparecen como actividades en expansión en las fases de crisis y recesión. Por otro lado, se observa la importancia de las actividades de Servicios a las Empresas, cuyo dinamismo se hace más evidente en las fases expansivas, coincidiendo con que son las fases en que el Sector Industrial (su principal demandante) recupera su ritmo de actividad, poniendo de relieve la existencia de dos fenómenos: la industrialización del terciario y la terciarización de la industria.

Como se deduce en el análisis realizado por Cuadrado y otros (1999), la distribución por agregados del empleo en los servicios ha cambiado, aumentando su porcentaje las actividades del grupo de Finanzas, Seguros y Servicios a Empresas, así como los Servicios sociales, personales y comunitarios y los de las Administraciones Públicas, como se observa en el gráfico 3.3.

Gráfico 3.3: Distribución porcentual del empleo en los servicios (1977-1997)



AAPP: Servicios de las Administraciones Públicas.

FSASE: Finanzas, Seguros, Alquileres y Servicios a Empresas.

SSPC: Servicios Sociales, Personales y Comunitarios.

COREHO: Comercio, Reparación y Hostelería.

TCOM: Transporte y Comunicaciones.

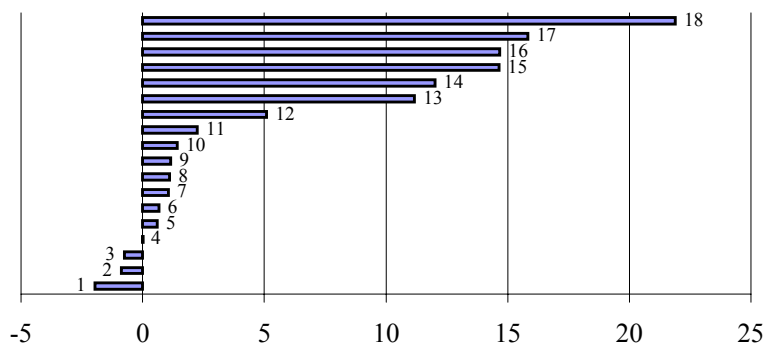
Fuente: Elaborado por Cuadrado y otros (1999) a partir de la EPA (INE).

Si nos referimos a la contribución que cada una de las ramas de actividad terciaria ha tenido en el crecimiento total de los servicios, como se aprecia en el gráfico 3.4, las actividades que más han contribuido al mismo han sido Servicios a Empresas (22%), Educación e investigación (16%), Sanidad, Servicios Sociales y Comunitarios (14'7%) y Administraciones Públicas, Defensa y Seguridad Social (14'6%). En el otro extremo, las actividades cuya contribución ha sido negativa son las de Servicios personales y

³³ Como pone de manifiesto González (1997), las mayores divergencias en la evolución del empleo terciario se perciben según sea la situación de los ocupados, es decir, si son asalariados del sector público, asalariados del sector privado o no asalariados. Así, el empleo asalariado en el sector privado es muy sensible a la coyuntura económica, mientras que el empleo asalariado del sector público, junto con el empleo no asalariado, ha jugado el papel de compensador de la destrucción de empleo en el sector privado durante las etapas recesivas o de ajuste.

domésticos (-1'97%), Transporte marítimo (-0'88%) y Saneamiento público y limpieza (-0'75%).

Gráfico 3.4: Contribución a la variación total del empleo en los servicios (porcentajes), 1977-1997



1	Servicios personales y domésticos	10	Instituciones financieras
2	Transporte marítimo	11	Correos-Telecomunicaciones
3	Saneamiento público y limpieza	12	Servicios recreativos y culturales
4	Transporte aéreo	13	Comercio y reparación
5	Alquiler no mobiliario	14	Hostelería
6	Transporte terrestre	15	AA.PP., Defensa y Seguridad Social
7	Actividades anexas a transportes	16	Sanidad, Serv. Sociales y Comunitarios
8	Aux. financieras, seguros y act. Inmob.	17	Educación e investigación
9	Seguros	18	Servicios a Empresas

Fuente: Elaborado por Cuadrado y otros (1999) a partir de la EPA (INE).

Para concluir, podemos decir que el empleo en los servicios en España se caracteriza por los siguientes rasgos:

1.- Diferencias muy notables por ramas, destacando el fuerte incremento del empleo en las Administraciones Públicas y en los Servicios colectivos, así como en el de los Servicios a las Empresas. En el lado opuesto, con contribuciones negativas, destacar Servicios personales y domésticos, Transporte marítimo y Saneamiento público y limpieza. Estas variaciones están modificando la estructura del empleo del sector.

2.- La proporción de los no asalariados ha disminuido en las décadas de los ochenta y noventa, lo cual está relacionado con el fuerte incremento del empleo público y con la reducción del número de establecimientos en algunos sectores, la reducción de las ayudas familiares y del número de autónomos, y el aumento de las empresas de mayor dimensión. En este sentido las diferencias según las ramas son importantes. (Cuadrado, 1992; Cuadrado y del Río, 1993; Cuadrado y otros, 1999)

3.- Peso significativo del empleo femenino³⁴ y la creciente importancia del empleo a tiempo parcial. Verdadera explosión del empleo temporal, principalmente en los noventa. (Cuadrado, 1992; Cuadrado y del Río, 1993; Cuadrado y otros, 1999)

4.- Las ocupaciones relacionadas con los servicios ocupan las primeras posiciones en la ordenación de las más demandadas (Iglesias, Messina y Cuadrado, 1997). Las tres

³⁴ La presencia de mujeres es del doble de la observada en el resto de sectores, sin embargo, el número de mujeres es inferior al de hombres, y su porcentaje es menor al de otros países de la Unión Europea (Cuadrado y otros, 1999).

cuartas partes del empleo tiene ocupaciones de cuello blanco. La mitad tiene ocupaciones de baja cualificación (Cuadrado y otros, 1999)

5.- En el análisis realizado por Cuadrado y otros (1999), para el período 1980-93 el efecto productividad explica el 76% de la evolución del empleo terciario en España.

6.- Se produce una modificación en las cualificaciones laborales, observándose un incremento del nivel de estudios de los ocupados³⁵. En la creación de empleo en las actividades de servicios se produce una dualidad. Por un lado se emplean personas muy cualificadas –técnicos superiores, especialistas financieros, etc.- y por otro, mano de obra con baja o nula cualificación –vigilantes, vendedores, etc.- (Iglesias, Messina y Cuadrado, 1997; Cuadrado y otros, 1999)

En el estudio realizado por Cuadrado y otros (1999) sobre el empleo en los servicios en España, se deduce que los trabajadores que entran en el sector tienen una edad relativamente elevada y predominan los contratos temporales y a tiempo parcial. Aumentan las incorporaciones de profesionales y universitarios, aunque generalmente el nivel educativo mínimo que permite entrar en el sector son los estudios obligatorios.

3.2.2- Comparación regional de la evolución de las distintas actividades que componen el Sector Servicios.

La distribución de la actividad económica en España es diferente de una región a otra, dependiendo de las características históricas, sociales y culturales de cada área. El período reciente de crecimiento económico y modernización no ha sido uniforme en el país, y algunas regiones se han beneficiado más que otras.

La localización de las actividades de servicios más innovadoras en España es consistente con las características económicas de las diferentes regiones. Las multinacionales han elegido a Madrid y Barcelona para su primera instalación, y posteriormente han abierto oficinas en otras provincias en función de las oportunidades empresariales (reestructuración, privatización), procesos de producción (sectores estratégicos y procesos de cambio) o vínculos comerciales con empresas (filiales o acuerdos comerciales). Pero, a pesar de las recientes tendencias de descentralización, persiste una fuerte concentración de la oferta y la demanda de los servicios más avanzados en las principales regiones y ciudades, como veremos a lo largo de estas páginas.

La geografía del terciario en España y su evolución reciente se corresponden en gran medida con las modalidades de desarrollo, organización y localización de las actividades de servicios ilustradas en numerosos trabajos realizados para distintas áreas geográficas (Bailly, 1994; Illeris, 1989, 1991, 1994, 1996, 1997; Martinelli, 2000; Mérenne-Schoumaker, 1996). España, al igual que Italia (Martinelli, 1989), se ha caracterizado históricamente, por lo que a las diferencias regionales se refiere, por un elevado “dualismo” entre el Norte industrializado y “desarrollado” y el Sur agrícola y “menos desarrollado”.

³⁵ Casi una cuarta parte del empleo terciario posee algún tipo de estudios universitarios. El porcentaje de universitarios y de los que han cursado estudios de FP ha aumentado considerablemente en la última década. (Cuadrado y otros, 1999)

En España, el sistema urbano es bastante jerárquico y polarizado, coincidiendo la capital política y la económica en una misma ciudad: Madrid, constituyéndose históricamente como un polo terciario fuertemente dominante sobre el territorio nacional. Esto hace que la Comunidad de Madrid ocupe las primeras posiciones en la especialización en muchas de las actividades de servicios, y principalmente, en aquellas definidas como “Servicios Avanzados”. El hecho de contar con la capitalidad nacional, la convierte en el centro de atracción para las sedes centrales de bancos y empresas.

Otras dos regiones con un alto peso de los servicios en sus estructuras productivas son las comunidades insulares (Baleares y Canarias), en cuyos casos el elevado peso de la actividad turística representa un papel fundamental. Seguidamente se situaría Andalucía que, como veremos más adelante, cuenta con un elevado peso del Sector Servicios debido, en parte, al fuerte descenso en esta región de la actividad agrícola, no acompañada por un desarrollo equivalente del Sector Industrial.

A continuación analizamos la distribución territorial de las actividades de servicios en España y sus tendencias recientes, prestando una atención especial al grupo de los servicios a la producción –dentro del cual se encuentran los Servicios a las Empresas-. El análisis está basado en las estadísticas publicadas por la Fundación BBV, al ser las que permiten una mayor desagregación sectorial, aunque ésta es aún bastante deficiente, de manera que los Servicios a las Empresas no se hallan desglosados, sino que forman parte de una agregación con otras actividades recogidas en el epígrafe de “otros servicios a la venta”. Las unidades territoriales de investigación son las 17 Comunidades Autónomas españolas³⁶ y el período temporal abarca de 1961 a 1999, aunque para algunos análisis hemos tomado el período hasta 1995, al no haberse publicado datos a este nivel de desagregación posteriores a esta fecha.

La economía española, eminentemente agraria en los cincuenta, accedió a la consideración de industrializada en los sesenta y principios de los setenta, para confirmarse en los ochenta –a partir de 1983- como una economía terciarizada, al haber superado el empleo en los servicios el 50% del empleo total (Del Río, 1988). A partir de los ochenta, momento en que la economía española puede considerarse como terciarizada, según Fuchs (1968), el empleo terciario, como puede observarse en la tabla 3.11, no ha cesado de aumentar, tanto en términos absolutos como relativos.

Tabla 3.11: Distribución sectorial del empleo en España (1961-1999)

	1961		1973		1983		1989		1999	
	Nº empleos en miles	%	Nº empleos en miles	%	Nº empleos en miles	%	Nº empleos en miles	%	Nº empleos en miles	%
Agricultura....	4.815	39,2	3.349	25,2	2.100	16,8	1.649	12,5	1.208	8,1
Industria.....	2.562	20,9	3.198	24,1	2.996	24,0	2.977	22,6	2.827	19,1
Construcción	880	7,2	1.279	9,6	969	7,8	1.168	8,8	1.373	9,2
Servicios.....	4.011	32,7	5.444	41,1	6.417	51,4	7.413	56,1	9.446	63,6
Total.....	12.269	100	13.269	100	12.481	100	13.207	100	14.854	100

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Pero esta evolución no ha sido homogénea en las distintas regiones. Si se observan en la tabla 3.12 las cifras correspondientes a 1961, vemos que la posición de partida del

³⁶ No incluimos Ceuta y Melilla en la mayor parte del análisis, ya que presentan una situación muy particular respecto al resto de regiones, y dada su escasa entidad territorial no hacen variar los resultados.

proceso de cambio estructural habido en estos años no era la misma en las distintas economías regionales. Así, mientras que sólo algunas regiones presentaban una estructura sectorial caracterizada por el predominio del Sector Industrial (Asturias, Cataluña, Madrid y País Vasco), la mayoría parten de un predominio de las actividades de tipo primario, que es más evidente en algunas de ellas como Andalucía, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Extremadura y Galicia, coincidiendo con que son las regiones que presentaban un muy bajo nivel de “desarrollo económico”.

Tabla 3.12: Estructura porcentual del empleo por sectores en las CC.AA. españolas.

	1961			1985			1999		
	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios	Agricultura	Industria	Servicios
Andalucía	49,4	20,2	30,4	21,5	23,5	55,0	14,7	22,0	63,3
Aragón	44,7	25,7	29,6	17,4	33,3	49,3	9,8	32,7	57,6
Asturias	36,0	39,7	24,4	21,2	34,9	43,9	10,1	30,1	59,8
Baleares	33,4	27,1	39,5	8,0	21,0	70,9	2,6	19,1	78,3
Canarias	52,0	14,4	33,6	14,1	19,0	66,9	6,1	17,2	76,6
Cantabria	37,9	32,5	29,6	21,2	31,3	47,5	9,7	31,2	59,1
Cast-La Mancha	59,7	17,0	23,3	26,7	28,5	44,7	12,0	34,2	53,8
Cast- León	54,2	20,0	25,8	25,5	28,2	46,4	12,9	28,0	59,1
Cataluña	15,7	46,9	37,5	5,7	40,8	53,4	2,9	35,4	61,7
C. Valenciana	38,8	28,8	32,4	12,7	36,4	50,9	5,9	34,3	59,8
Extremadura	63,4	14,2	22,4	30,6	19,1	50,3	18,0	22,2	59,7
Galicia	62,6	15,1	22,3	40,2	22,3	37,5	20,4	25,8	53,8
Madrid	5,9	34,7	59,4	1,5	29,2	69,4	0,7	21,4	77,9
Murcia	44,6	25,3	30,1	18,9	30,0	51,1	14,1	28,1	57,8
Navarra	40,3	30,2	29,5	13,1	41,0	45,9	5,4	41,2	53,4
País Vasco	15,8	47,7	36,5	5,7	43,4	51,0	3,3	37,9	58,8
Rioja	47,7	26,9	25,4	17,6	39,3	43,1	10,5	38,6	50,9
Ceuta y Melilla	2,7	18,1	79,3	1,9	15,9	82,2	1,1	11,3	87,7
España	39,2	28,1	32,7	15,7	30,9	53,4	8,1	28,3	63,6

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Aún siendo distintas las posiciones de partida, de los datos recogidos en la tabla 3.12, se desprende que todas las economías regionales han seguido, en el período comprendido entre 1961 y 1999, una evolución en la misma dirección: desagriculturización, industrialización/desindustrialización y terciarización. Pero partir de posiciones distintas no es indiferente. Aparte de que la intensidad del proceso ha sido desigual en las diferentes regiones, la situación en que se encuentra cada una de sus economías en la actualidad depende, en gran medida, de que hayan partido de una situación distinta. En la tabla 3.12 observamos que, aunque todas las Comunidades poseen porcentajes de empleo en los servicios superiores al 50%, existen diferencias significativas. Así, las Comunidades que presentan una mayor especialización productiva en el Sector Servicios³⁷ son las insulares, Andalucía y Madrid, coincidiendo con ser Comunidades con una alta importancia del sector turístico –caso de las tres primeras- y con el hecho de ser la capital nacional –la última³⁸-. Los menores porcentajes corresponden a La Rioja, Navarra, Galicia y Castilla La Mancha.

³⁷ Ceuta y Melilla son las que presentan mayores porcentajes de empleo en los servicios, dado que la representación de los otros sectores es insignificante. Por ello, dado su carácter tan diferente del resto, y su escasa entidad territorial, no las tendremos en cuenta en los posteriores análisis.

³⁸ A este respecto pude consultarse el análisis realizado por Martínez y Rubiera, 1999.

A) Evolución del empleo en los servicios en las regiones españolas.

Para analizar la evolución de los servicios en el plano regional vamos a utilizar las tasas de incremento medio anual del empleo para el período 1961-1999. Basándonos en el análisis realizado por Del Río (1988a), hemos dividido la serie en cuatro subperíodos: el primero, que iría de 1960 a 1973, sería de crecimiento de la economía española, en el que tuvo lugar un fuerte proceso de industrialización que puso fin al carácter tradicionalmente primario de nuestra economía; el segundo se inicia en 1973, fecha a la que corresponde la primera crisis económica que hizo quebrar la anterior tendencia, sin embargo, en la economía española, la crisis económica se desarrolló sobre todo a partir de 1979, año con el que se ha hecho coincidir el inicio del tercer período. El último, que va de 1985 a 1999, corresponde con el período de reestructuración y globalización económica, y además con una ya patente terciarización de nuestra economía –al haberse superado el porcentaje del 50% en el empleo en los servicios-.

En los tres primeros períodos considerados, todas las tasas presentan una tendencia decreciente, pero en el caso del empleo en los servicios no llega a presentar tasas negativas, cosa que sí sucede para el empleo total. La situación en el ámbito regional presenta comportamientos diferenciados.

Tabla 3.13: Tasas de crecimiento anual medio del empleo total y en los servicios (1961-1999)

	1961-1973		1973-1979		1979-1985		1985-1999	
	Servicios	total	Servicios	total	Servicios	total	Servicios	total
Andalucía	2,33	-0,15	1,72	-0,70	1,59	-0,98	2,51	1,49
Aragón	1,75	-0,52	1,70	-0,62	1,02	-0,65	2,26	1,14
Asturias	2,04	-0,27	2,01	-0,31	1,48	-1,39	1,83	-0,39
Baleares	4,91	1,98	2,34	0,15	3,78	1,80	2,21	1,48
Canarias	5,51	1,81	3,35	1,05	2,05	-0,05	3,40	2,40
Cantabria	1,16	-0,04	2,60	0,50	1,72	-1,69	1,83	0,26
Cast-La Mancha	1,75	-1,06	1,44	-1,38	0,94	-1,47	2,26	0,92
Cast- León	1,57	-1,10	1,10	-1,24	0,68	-1,57	2,30	0,54
Cataluña	2,39	1,59	2,07	0,03	1,75	-0,60	2,27	1,23
C. Valenciana	2,68	0,82	2,22	0,35	2,15	0,12	2,53	1,36
Extremadura	1,68	-1,73	0,92	-2,70	1,75	-1,24	2,17	0,92
Galicia	2,49	0,73	2,09	-0,73	1,02	-1,34	2,35	-0,26
Madrid	3,27	3,07	2,03	0,88	1,23	0,15	2,95	2,10
Murcia	3,11	0,58	1,45	-0,01	1,56	-0,86	2,87	1,96
Navarra	2,02	0,73	1,55	-0,84	2,28	-0,20	2,55	1,44
País Vasco	2,31	1,62	0,96	-0,49	1,40	-1,34	2,01	0,97
Rioja	1,65	-0,06	1,54	-1,25	1,94	-0,75	2,67	1,46
Ceuta y Melilla	0,55	0,65	0,70	0,51	2,40	1,79	2,40	1,92
España	2,58	0,66	1,89	-0,28	1,57	-0,67	2,50	1,22

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Para el primer período (1961-73) la evolución del empleo total fue positiva a escala nacional; sin embargo, algunas regiones (Andalucía, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Extremadura y La Rioja) presentaron tasas de crecimiento negativo. Coincide con que son regiones muy especializadas en el Sector Primario (Andalucía, Aragón, las dos Castillas y Extremadura) o con una apreciable presencia de los sectores Primario y Secundario (Asturias y Cantabria), por lo que

parece que se vieron influidas por la “desagriculturización”, y por el inicio de la “desindustrialización”, en el caso de las dos últimas.

Sin embargo, otras regiones como Baleares, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana y País Vasco, tuvieron unos incrementos en el empleo total muy superiores a la media. La evolución del empleo en los servicios fue positiva en todas las regiones, coincidiendo las de mayor crecimiento (Canarias, 5'51, Baleares, 4'91, Murcia, 3'11 y Comunidad Valenciana, 2'68) con el hecho de ser regiones situadas en el litoral y con buenas condiciones climáticas, lo que hace pensar en el peso importante del sector turístico, junto con Madrid (3'27), que es un caso especial por ser la capital nacional.

Para el período 1973-79, en el ámbito nacional, el empleo total presenta una tasa negativa. Ésta sólo es positiva en seis regiones: Baleares, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid (así como en Ceuta y Melilla), y el empleo en los servicios es inferior en más de un punto al del período precedente, aunque sigue siendo positivo, característica esta última que también se da en todas las regiones. Sin embargo, en Cantabria y en Ceuta y Melilla las tasas de crecimiento en los servicios es superior a las del período anterior.

En el período 1979-85 se consolidan las tendencias de la etapa anterior. En el empleo total, salvo Baleares, Comunidad Valenciana, Madrid y Ceuta y Melilla, todas las regiones presentan tasas negativas, destacando las de las denominadas “viejas regiones industrializadas” (Asturias, Cantabria y País Vasco) y aquéllas caracterizadas por su débil nivel de “desarrollo económico”, como Andalucía, las dos Castillas, Galicia y Extremadura. En el empleo en los servicios ninguna región presenta tasas negativas.

Por último, en el período 1985-99, se recuperan las tasas positivas de crecimiento para el empleo total, salvo para las Comunidades Autónomas de Asturias y Galicia. El crecimiento en el empleo en los servicios es superior al del primer período, excepto para Asturias, Baleares, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, Murcia y País Vasco, que son casi todas las regiones que en ese período 1961-73, presentaron las mayores tasas de crecimiento en el empleo en los servicios. Las mayores tasas de crecimiento para el empleo en los servicios corresponden, por este orden, a Canarias, Madrid, Murcia, La Rioja, Navarra, Comunidad Valenciana y Andalucía, todas ellas por encima de la media nacional.

B) Evolución de las distintas actividades de servicios en las regiones españolas: especialización regional en las actividades de servicios.

Pero, para conocer cómo afecta la evolución del empleo terciario a las distintas economías regionales, entre otras cosas, es importante distinguir la evolución que han seguido las distintas actividades que componen el sector, y lo que representan con respecto a la economía regional en su conjunto y en relación con la economía nacional. Así, no es lo mismo que aumente el empleo en las actividades más avanzadas del terciario y más relacionadas con el conjunto del sistema productivo, como son los Servicios financieros, o los Servicios a las Empresas –lo que revelaría una adecuada integración del terciario con el Sector Industrial, con sus consiguientes efectos en la competitividad regional-; a que lo que aumente sea el empleo en los Servicios

públicos³⁹, cuyo desarrollo, si se produce en ausencia del sector industrial o de otros servicios de carácter más avanzado, puede indicar una situación de declive económico que intenta ser paliada a través del aumento del empleo en dichos Servicios públicos.

Tabla 3.14: Evolución porcentual del empleo en los servicios en las CC.AA. españolas.

	1961			1981			1995		
	Servicios a la venta	Servicios Públicos	Total Servicios	Servicios a la venta	Servicios Públicos	Total Servicios	Servicios a la venta	Servicios Públicos	Total Servicios
Andalucía	25,5	4,9	30,4	37,8	11,7	49,4	44,5	18,0	62,5
Aragón	24,4	5,3	29,6	33,2	13,1	46,2	38,9	17,3	56,2
Asturias	21,0	3,4	24,5	30,7	9,2	40,0	39,4	18,2	57,6
Baleares	34,0	5,5	39,5	58,1	7,5	65,6	68,2	10,2	78,5
Canarias	29,3	4,3	33,6	50,1	11,7	61,9	60,0	15,1	75,2
Cantabria	25,1	4,5	29,6	33,0	9,2	42,2	42,0	16,7	58,8
Cast-La Mancha	19,4	4,0	23,3	30,1	10,9	41,0	36,2	17,0	53,2
Cast- León	20,7	4,9	25,6	30,8	11,6	42,4	37,8	19,4	57,2
Cataluña	33,5	4,0	37,5	42,0	7,1	49,1	49,7	10,9	60,6
C. Valenciana	28,9	3,5	32,4	40,1	7,2	47,2	46,0	12,9	58,9
Extremadura	18,3	4,1	22,4	32,7	12,5	45,3	38,2	20,7	58,9
Galicia	18,7	3,6	22,3	26,4	7,6	34,1	35,4	15,1	50,5
Madrid	50,6	8,8	59,4	50,8	16,1	66,8	57,1	19,6	76,6
Murcia	25,5	4,6	30,1	35,8	11,2	47,1	42,9	14,9	57,8
Navarra	23,5	6,0	29,5	33,1	9,7	42,8	38,3	14,0	52,3
País Vasco	32,5	4,0	36,5	38,1	8,2	46,3	44,3	14,5	58,9
Rioja	20,0	5,3	25,4	29,9	9,5	39,4	34,7	15,8	50,5
Ceuta y Melilla	3,2	1,3	4,5	3,9	2,0	5,9	44,5	42,5	87,0
España	27,9	4,7	32,7	38,8	10,3	49,1	46,5	15,8	62,3

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Como se aprecia en la tabla 3.14, la evolución de los servicios destinados a la venta y los servicios públicos no ha sido la misma en las distintas Comunidades Autónomas, produciéndose un avance más significativo de éstos últimos en aquéllas que tenían una situación de partida con predominio del Sector Primario –el cual decrece ampliamente en todas ellas- y de subrepresentación del Sector Industrial, como eran Andalucía (en la que el empleo en los servicios aumenta 32’1 puntos porcentuales de 1961 a 1995, es decir, se duplica el porcentaje de empleo en este sector. Pero, aunque los servicios destinados a la venta aumentan más en puntos porcentuales, es más significativo el aumento en los servicios públicos, que casi cuadruplican en 1995 el peso que tenían en 1961), Castilla-La Mancha (en el período 1981-1995, de los 12’2 puntos porcentuales en el total de servicios, corresponden la mitad a los servicios destinados a la venta y el otro 50% a los servicios públicos, pero en los primeros supone un aumento del 120%, mientras en los últimos es un aumento del 155%), Castilla-León (donde para el período 1981-1995, los aumentos son de 7 puntos porcentuales para los servicios a la venta y 7’8 para los servicios públicos), o Extremadura (para la que los servicios públicos se han quintuplicado en 1995 respecto a 1961). Sin embargo, en aquellas regiones en las que se partía de una estructura sectorial caracterizada por un predominio del Sector

³⁹ Debemos matizar el aumento en el empleo en el sector público a partir de los 80, por el hecho de que al crearse las autonomías hay un incremento sustancial en el número de personas empleadas en el sector público autonómico. Sin embargo, esto no invalida nuestras conclusiones, ya que este aumento del sector público se produce en todas las Comunidades Autónomas y, en cambio, como demostramos en nuestro análisis, el aumento del empleo en los servicios públicos es sustancialmente mayor en unas Comunidades que en otras.

Industrial, el crecimiento en el empleo terciario no se debe tan claramente a esta participación del sector público.

Sin embargo, como más claramente se aprecia la magnitud de estas diferencias es a través de la distinta especialización de cada región en cada una de estas actividades. Si hacemos la comparación a través de los coeficientes de especialización⁴⁰, podemos establecer una ordenación entre las regiones españolas en función de cuál es su especialización en cada una de las actividades que componen el Sector Servicios, no siendo lo mismo estar especializados en Actividades comerciales o de los Servicios públicos, que estar especializados en Servicios financieros, por ejemplo. Estos índices han sido calculados, con datos de Contabilidad Regional de España (INE) en un trabajo realizado por Asián (1999, 2000b) y con datos de “La Renta Nacional de España y su distribución provincial” del BBV (Asián, 2000c).

Basándonos en estos últimos datos, e incorporando los últimos datos publicados para 1995, la especialización regional en España en las actividades de servicios, viene recogida en la figura 3.2, en la que hemos dividido tres zonas: en las dos primeras estarían las regiones no especializadas (con coeficientes menores a 1) en dichas actividades, y las de la tercera zona serían las especializadas (con coeficientes superiores a 1). Pero, a su vez, hemos separado dentro de las regiones no especializadas, las más distantes del 1, de las que, aún estando por debajo del 1, están próximas (con coeficientes superiores al 0'85).

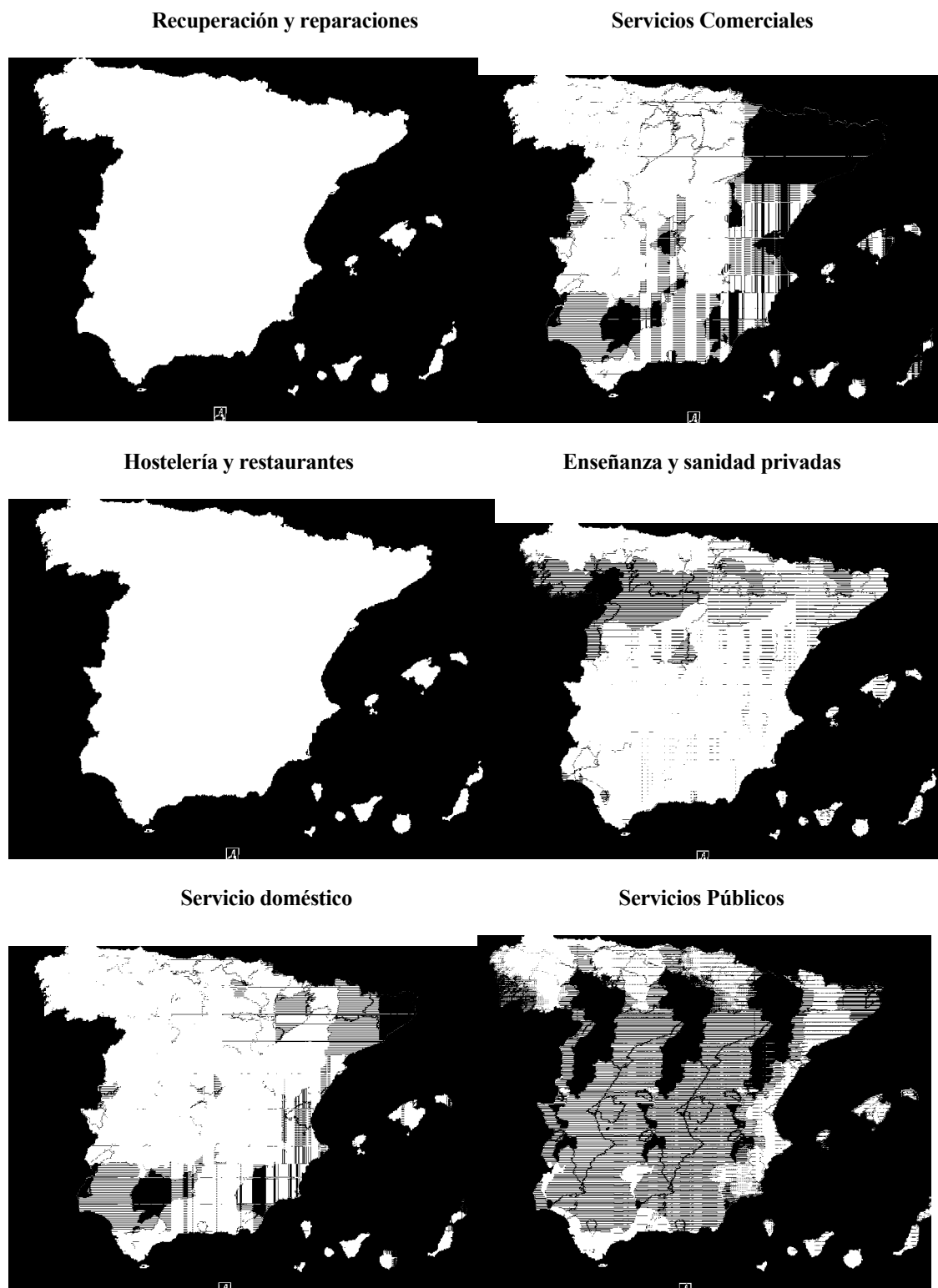
En 1995, las Comunidades Autónomas que poseen índices superiores al 1 en prácticamente todas las actividades de servicios son Madrid (excepto en Recuperación y reparaciones y Hostelería y restaurantes) y Cataluña (salvo en Servicios comerciales, Hostelería y restaurantes y Servicios públicos). Por otro lado, las que están por debajo del 1 son, en todas las actividades Galicia, y en casi todas Castilla-La Mancha, Castilla-León y Aragón (excepto en Servicios Públicos), Extremadura (salvo en Recuperación y reparaciones y Servicios Públicos), y Asturias (menos en Servicios Públicos y Transporte y comunicaciones), entre otras.

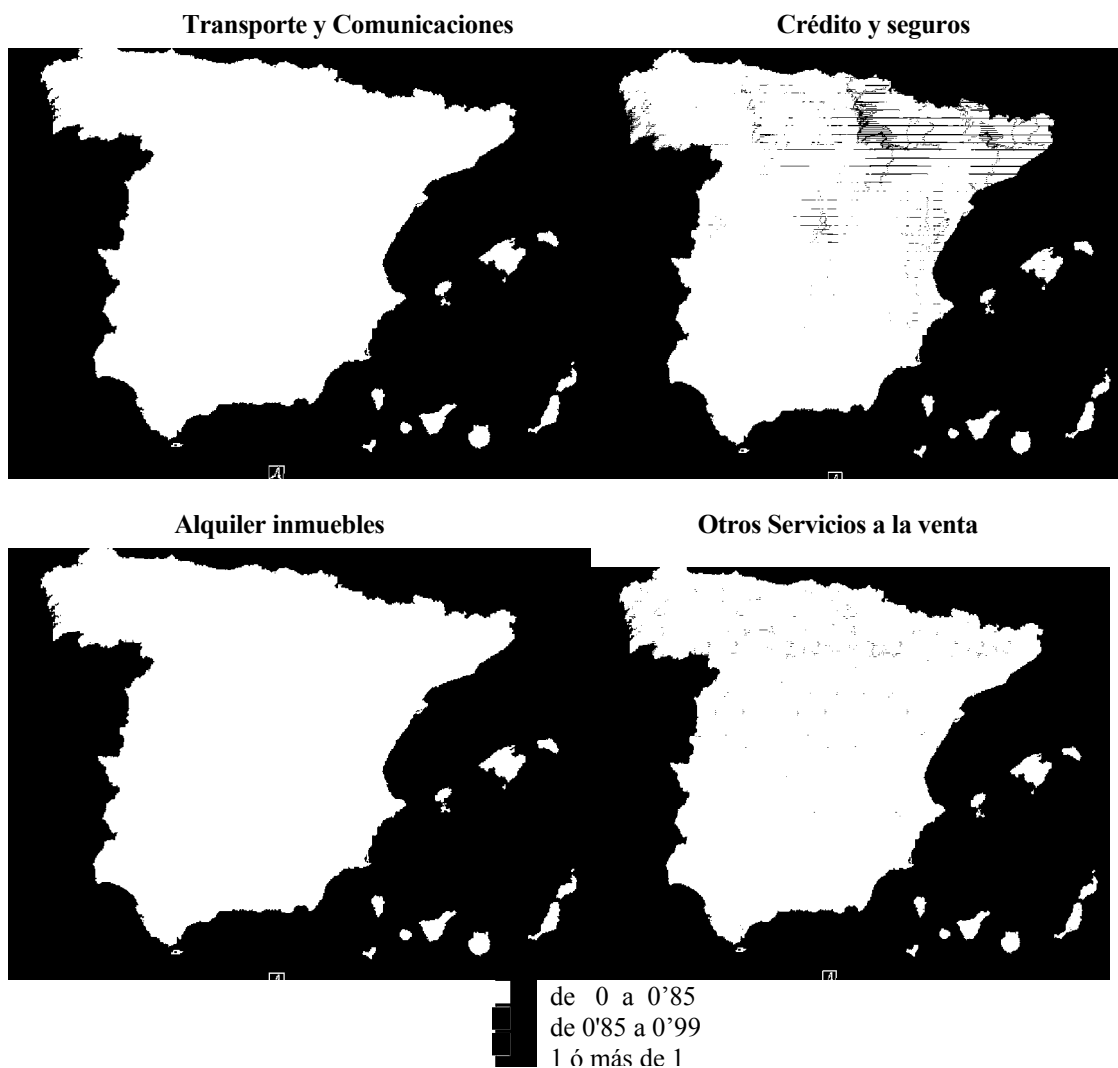
A partir de la desagregación de las actividades de servicios realizadas por el BBV, hemos reclasificado éstos en dos grandes grupos, separando por un lado lo que serían servicios de consumo y servicios públicos y, por otro lado, los denominados servicios a la producción. En el primero se encuentran los Servicios de recuperación y reparaciones, Servicios comerciales, Hostelería y restaurantes, Enseñanza y Sanidad privadas, Servicio doméstico y Servicios públicos. En el segundo están los Servicios de transporte y comunicaciones, Crédito y seguros, Alquiler de inmuebles y Otros servicios para la venta. Andalucía y Murcia, que aparecen especializadas en varias de las actividades de servicios consideradas como servicios a los consumidores finales, están desespecializadas en cambio en las actividades que podrían denominarse como de servicios a la producción.

⁴⁰ Los coeficientes de especialización con respecto al empleo total se calculan a través del siguiente cociente = $\frac{\text{Empleo sector } i \text{ C. A. } j / \text{Empleo total C. A. } j}{\text{Empleo sector } i \text{ España} / \text{Empleo total España}}$, que indica especialización de la

Comunidad Autónoma j en la actividad i con respecto a la media nacional si el cociente es superior a 1, y desespecialización en caso contrario.

Figura 3.2: Coeficientes de especialización regional para las actividades de servicios. 1995





Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Ahora bien, una de las cosas más significativas por lo que se refiere a la especialización en las actividades de servicios de las distintas regiones españolas, es que el grado de concentración de éstas en el espacio se mantiene a lo largo del tiempo. Es decir, si se dividen las regiones españolas en tres espacios, en función del PIB por habitante en Paridad de Poder Adquisitivo con respecto a la media de la Unión Europea⁴¹, como se puede observar en las siguientes tablas, los coeficientes de especialización siguen siendo mayores que 1 para la región C, en torno al 1 para la B, y por debajo del 1 para la A. Estas diferencias son especialmente significativas para las actividades consideradas como de servicios a la producción.

Vemos, por tanto, que la especialización en las distintas actividades de servicios es diferente según nos refiramos a regiones de un tipo u otro. Es decir, aquellas regiones con mayores niveles de renta y mayor especialización industrial, suelen especializarse en los servicios más ligados al sistema productivo –caso de Cataluña, por ejemplo–,

⁴¹ Las tres regiones en que se ha dividido España, son las utilizadas por Rodríguez Muño (1997):

- Región A: Extremadura, Andalucía, Galicia, Castilla-La Mancha y Castilla-León.
- Región B: Murcia, Asturias, Cantabria, Canarias y Comunidad Valenciana.
- Región C: La Rioja, Aragón, País Vasco, Cataluña, Madrid, Navarra y Baleares.

mientras que las regiones más pobres y con menor nivel de industrialización –véase por ejemplo Andalucía- se especializan en los servicios más tradicionales, menos relacionados con el resto del sistema productivo, y que funcionan a veces como “refugio” para la mano de obra excedente de la agricultura y que no encuentra trabajo en la débil y escasa industria regional.

Tabla 3.15: Coeficientes de especialización para las actividades de servicios, 1961.

	Región A	Región B	Región C
Servicios destinados a la venta	0,70	0,96	1,28
Recuperación y reparaciones	0,96	1,02	1,03
Servicios comerciales	0,76	1,01	1,27
Hostelería y restaurantes	0,84	0,85	1,27
Transporte y comunicaciones	0,73	1,00	1,32
Crédito y seguros	0,51	0,81	1,69
Alquiler inmuebles	0,30	0,73	1,99
Enseñanza y sanidad (privada)	0,79	0,93	1,28
Otros servicios para venta	0,77	0,91	1,31
Servicio doméstico	0,82	1,00	1,20
Servicios Públicos	0,94	0,80	1,15
TOTAL SERVICIOS	0,80	0,94	1,26

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Tabla 3.16: Coeficientes de especialización para las actividades de servicios, 1995.

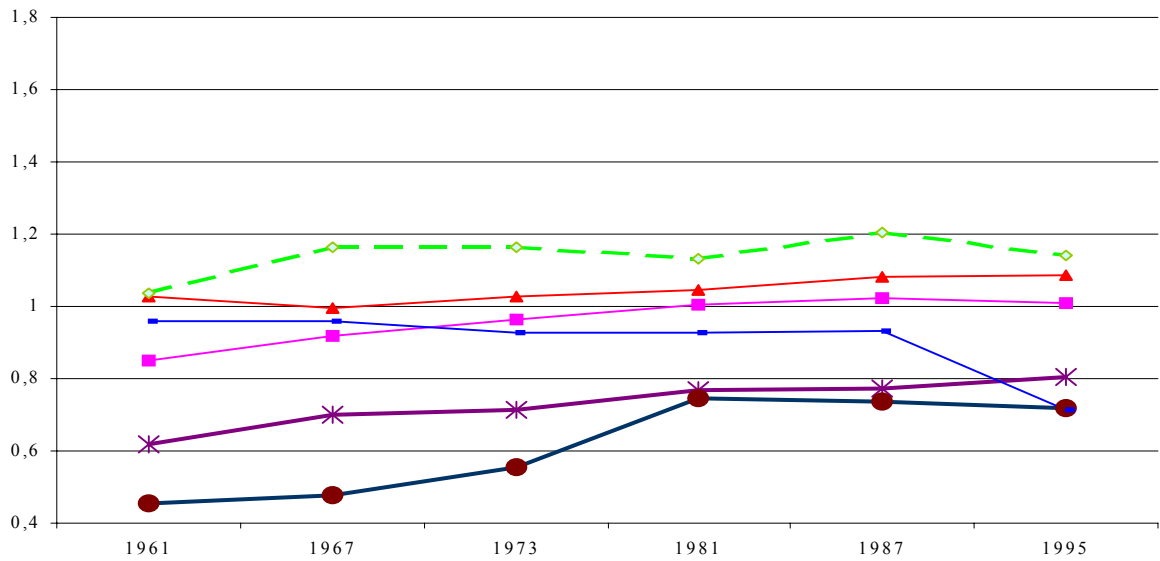
	Región A	Región B	Región C
Servicios destinados a la venta	0,86	1,02	1,10
Recuperación y reparaciones	0,96	1,02	1,02
Servicios comerciales	0,94	1,19	0,96
Hostelería y restaurantes	0,88	1,10	1,05
Transporte y comunicaciones	0,87	0,97	1,11
Crédito y seguros	0,75	0,81	1,27
Alquiler inmuebles	0,47	1,16	1,33
Enseñanza y sanidad (privada)	0,85	0,78	1,21
Otros servicios para venta	0,65	0,82	1,34
Servicio doméstico	0,94	0,99	1,05
Servicios Públicos	1,12	0,92	0,94
TOTAL SERVICIOS	0,92	0,99	1,06

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

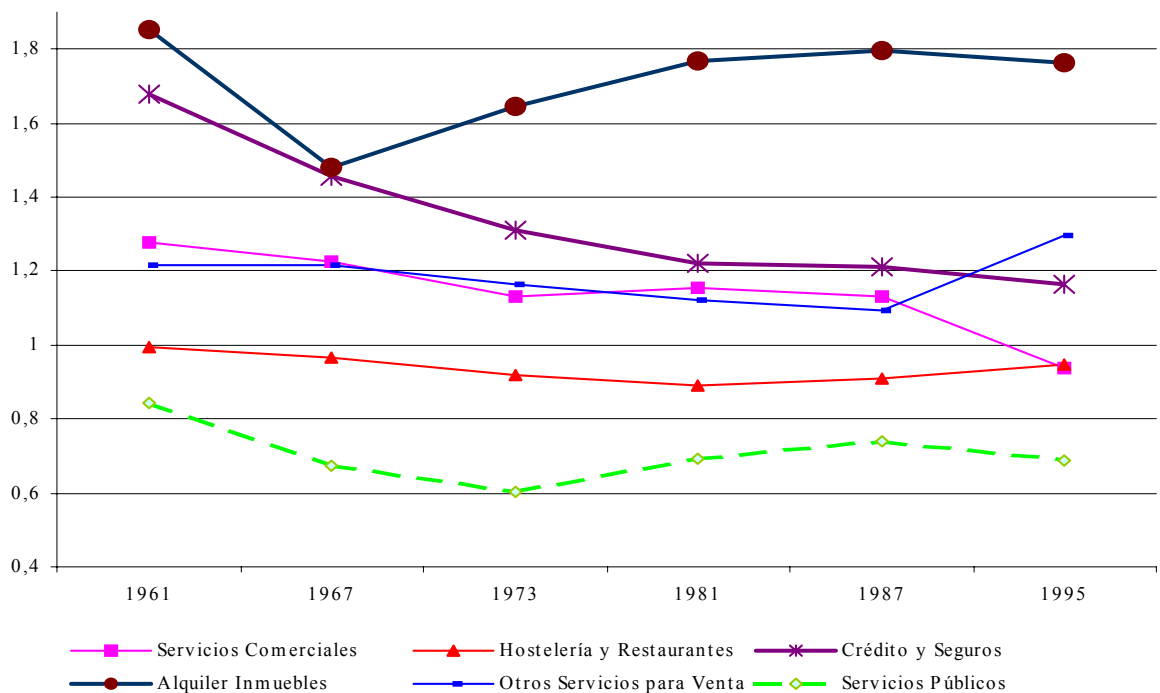
Así, en el gráfico 3.5⁴² se aprecia esta diferencia en la especialización a que nos estamos refiriendo. Andalucía se especializa principalmente en Servicios públicos, Servicio doméstico, Recuperación y reparaciones, Hostelería y restaurantes y Servicios comerciales, mientras que Cataluña posee los mayores niveles de especialización en las actividades de Alquiler de inmuebles, Crédito y seguros y Otros servicios para la venta, situándose en última posición las actividades que en Andalucía aparecen en primer lugar. Por tanto, podemos decir que la especialización de las actividades de servicios de estas dos regiones presenta dos situaciones opuestas, relacionadas con la especialización económica de cada una de ellas.

⁴² De las diez ramas en las que aparece desagregado el sector servicios según la fuente utilizada (BBV), hemos incluido sólo seis de ellas en el gráfico debido a que visualmente no se apreciaban bien las diferencias si se incluían todas. Lo que nos interesa resaltar, principalmente, es que las dos ramas que aparecen claramente por encima de 1 en Andalucía –Servicios públicos y Hostelería y restaurantes- son las que en Cataluña están claramente por debajo de 1. Al contrario, las dos ramas con menores índices de especialización en Andalucía –Crédito y seguros y Alquiler de inmuebles- son las más especializadas en Cataluña.

Gráfico 3.5: Especialización en las actividades de servicios en Andalucía y Cataluña.
ANDALUCÍA



CATALUÑA



Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, del BBV.

Si atendemos a la división entre servicios destinados principalmente a los consumidores finales⁴³ y servicios a la producción⁴⁴, algunos de los resultados anteriores varían si

⁴³ Dentro de estos hemos situado a los siguientes: Recuperación y reparaciones, Servicios comerciales, Hostelería y restaurantes, Enseñanza y Sanidad (Privada), Servicio doméstico y Servicios públicos.

⁴⁴ En los que se englobarían: Transporte y comunicaciones, Crédito y seguros, Alquiler inmuebles y Otros servicios para la venta.

hacemos el cálculo de estos coeficientes tal como los utiliza Martinelli (1989, 2000), que divide por la población a la que van dirigidos los servicios, en el caso de los del primer tipo, y por el valor añadido, en los del segundo grupo. De esta forma los coeficientes de “terciarización” serían calculados del siguiente modo:

- Para los servicios destinados principalmente a los consumidores finales:

$$= \frac{\text{Empleo sector } i \text{ C.A. } j / \text{Población total C.A. } j}{\text{Empleo sector } i \text{ España} / \text{Población total España}}$$

- Para los servicios a la producción:

$$= \frac{\text{Empleo sector } i \text{ C.A. } j / \text{V.A.B. C.A. } j}{\text{Empleo sector } i \text{ España} / \text{V.A.B. España}}$$

Los coeficientes de “terciarización” para las distintas regiones españolas, para 1961 y 1995 vienen recogidos en la tabla 3.17. Según los datos de dicha tabla, la especialización de las regiones españolas en las distintas actividades en que se ha dividido al sector servicios, presenta algunas diferencias con la especialización que resultaba al hacer el cálculo de los coeficientes de la manera tradicional.

De este modo, la única Comunidad Autónoma que presenta coeficientes superiores a 1 para los dos años considerados, y para todas las actividades analizadas, es Madrid, que aparece como la comunidad más especializada de España para las actividades de Servicio doméstico y Servicios Públicos⁴⁵ y Crédito y seguros⁴⁶ en los dos años, y de Otros servicios para la venta en 1995. A su vez, ocupa el segundo lugar (tras Navarra) en la especialización en Enseñanza y Sanidad (privada).

Cataluña, es otra Comunidad Autónoma, que aparece especializada en prácticamente todas las actividades. Ocupa en 1995 el primer lugar en la especialización en Recuperación y reparaciones, el segundo en Crédito y seguros y Otros servicios para la venta, y el tercero en las actividades de Alquiler de inmuebles y Servicio doméstico, y cuarta en Enseñanza y Sanidad (privada). Su nivel más bajo de especialización es en Servicios públicos, único que presenta en 1995 un índice por debajo de 0,85 (0,76).

Las Comunidades insulares (Baleares y Canarias), son las más especializadas en aquellas actividades de servicios que parecen estar más relacionadas con el turismo: Hostelería y restaurantes (en las que obtienen unos coeficientes muy superiores al del resto de Comunidades españolas), Alquiler de inmuebles (que aunque se ha considerado como servicio a la producción, pues recoge el grueso de los alquileres de oficinas, en este caso parece estar bastante afectado por los alquileres de los posibles turistas), Transporte y comunicaciones, y Servicios comerciales.

⁴⁵ En el caso de los Servicios Públicos hay que tener en cuenta que Madrid, al ser la capital del Estado, posee los centros de los órganos de la Administración Pública.

⁴⁶ En Madrid se sitúan casi todas las centrales españolas de los bancos y otras instituciones financieras.

Tabla 3.17 : Cocientes de especialización regional de las actividades de servicios para 1961 y 1995.

1961	Andaluc	Aragón	Asturias	Baleares	Canaria	Cantabri	Cast-LM	Cast-Le	Cataluña	C. Val.	Extrem	Galicia	Madrid	Murcia	Navarra	P.Vasco	Rioja
Servicios de consumo y Servicios Públicos																	
Recuperación y Reparaciones.	0,87	0,97	0,93	1,39	1,12	1,06	0,89	0,86	1,17	1,14	0,85	0,93	1,18	0,95	1,03	1,06	1,01
Servicios Comerciales	0,71	1,06	0,74	1,13	0,93	1,01	0,68	0,79	1,46	1,30	0,56	0,63	1,64	0,84	0,96	1,35	1,07
Hostelería y Restaurantes	0,86	0,81	0,85	3,19	1,11	0,97	0,56	0,74	1,13	0,88	0,48	0,91	2,07	0,65	0,76	1,09	0,65
Enseñanza y Sanidad (Privada)	0,75	0,96	0,86	1,13	0,88	0,96	0,59	0,83	1,35	1,07	0,58	0,72	1,74	0,93	1,31	1,51	0,95
Servicio Doméstico	0,86	0,74	0,89	1,35	1,02	0,90	0,57	0,69	1,28	1,17	0,68	0,75	1,83	0,98	0,86	1,21	0,72
Servicios Públicos	0,87	1,19	0,79	1,41	0,82	1,05	0,73	1,04	0,96	0,81	0,73	0,82	1,90	0,87	1,37	0,94	1,30
Servicios a la Producción																	
Transporte y Comunicaciones	1,01	1,03	0,86	0,78	1,28	1,04	0,97	1,03	0,92	1,06	0,82	1,02	1,14	1,01	0,72	0,97	0,53
Crédito y Seguros	0,74	0,85	0,57	0,75	0,79	0,81	0,67	0,59	1,29	0,96	0,73	0,69	1,55	0,88	0,80	1,07	0,84
Alquiler Inmuebles	0,55	0,91	0,24	0,08	0,05	0,42	0,25	0,47	1,42	1,31	0,19	0,19	2,24	0,33	0,44	1,06	0,27
Otros Servicios para Venta	1,16	0,91	0,82	1,03	0,87	0,94	0,93	0,97	0,93	0,99	0,98	1,03	1,11	1,12	0,91	0,87	0,83
1995																	
Servicios de consumo y Servicios Públicos																	
Recuperación y Reparaciones	0,85	0,95	0,84	1,17	1,07	0,99	0,85	0,83	1,29	1,04	0,83	0,91	1,06	0,96	1,06	1,00	1,04
Servicios Comerciales	0,79	0,99	0,89	1,39	1,38	0,92	0,83	0,88	1,03	1,24	0,81	0,90	1,19	1,08	0,92	0,87	0,98
Hostelería y Restaurantes	0,85	0,77	0,69	5,74	2,20	0,90	0,62	0,79	1,04	0,89	0,60	0,76	1,02	0,63	0,75	0,65	0,71
Enseñanza y Sanidad (Privada)	0,71	0,98	0,66	1,38	1,01	0,79	0,64	0,97	1,35	0,75	0,67	0,77	1,52	0,63	1,53	1,16	1,05
Servicio Doméstico	0,90	0,72	0,88	1,19	0,87	0,85	0,68	0,74	1,18	1,05	0,78	0,86	1,43	0,98	0,85	0,97	0,62
Servicios Públicos	0,89	1,18	1,09	0,87	0,97	1,01	0,97	1,23	0,76	0,82	1,08	1,02	1,46	0,86	1,00	0,88	1,15
Servicios a la Producción																	
Transporte y Comunicaciones	1,05	0,95	1,12	1,13	1,26	1,05	0,96	0,96	0,92	0,86	0,93	1,11	1,12	0,99	0,82	0,90	0,56
Crédito y Seguros	0,94	0,89	0,80	0,87	0,72	0,81	0,80	0,82	1,01	0,91	0,92	0,88	1,47	0,70	0,86	0,93	0,97
Alquiler Inmuebles	0,83	0,55	0,52	1,57	2,72	0,64	0,39	0,37	1,54	0,98	0,31	0,32	1,22	0,53	0,19	0,53	0,17
Otros Servicios para Venta	0,83	0,69	0,79	0,82	1,09	0,69	0,64	0,72	1,13	0,79	0,75	0,75	1,63	0,81	0,65	0,87	0,63

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del BBV. "Renta Nacional de España y su Distribución Provincial".

Andalucía, a partir de este índice de terciarización, ya no estaría especializada en Servicios públicos, Servicios comerciales y Hostelería y restaurantes, pues al efectuar el cociente se tiene en cuenta el número de empleados en esas actividades en Andalucía y España, respecto a la población a la que se supone van dirigidos dichos servicios, y al ser la población de Andalucía abundante, aunque tenga más empleados en estas actividades que otras Comunidades Autónomas, ello ya no indica especialización. De modo que, según este índice, Andalucía sólo estaría levemente especializada en 1995 en Transporte y comunicaciones (1'05).

Las Comunidades Autónomas que presentan menores índices en los servicios a la producción en 1995 son Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra y La Rioja. País Vasco, aunque no supera el 1 en ninguna, está por encima del 0'85 en Transporte y comunicaciones, Crédito y seguros, y Otros servicios para venta. Andalucía presenta índices inferiores a 0'85 en Alquiler de inmuebles y Otros servicios para venta.

Queremos destacar que en todas las Comunidades Autónomas españolas se ha producido un descenso en sus cocientes de especialización en las actividades englobadas dentro de "Otros servicios para venta" en el período analizado, excepto en Canarias, Cataluña, Madrid –que incrementan su índice- y País Vasco –que lo mantiene constante-.

3.2.3- Los Servicios a Empresas en las regiones españolas.

A) Situación de España respecto a Europa.

Algunos estudios realizados por SERVILAB⁴⁷ respecto a los grandes países europeos (Alemania, Francia, Reino Unido e Italia), manifiestan que España tiene una especialización y una clara ventaja en algunas actividades de servicios como turismo, y sin embargo, para otras actividades como las de Servicios a Empresas, la situación es bastante deficitaria.

A pesar de que la estructura productiva española ha ido convergiendo con la europea, es precisamente en las actividades más recientes, dinámicas e innovativas, entre las cuales destacan los Servicios Avanzados a las Empresas, donde existe un mayor retraso. Así, dentro de los denominados Servicios a Empresas, España se encuentra en una buena situación en aquellos servicios más rutinarios, como administración, contabilidad o servicios jurídicos, pero se aprecian retrasos significativos en aquellos sectores más relacionados con la calidad, la gestión, la formación del personal y el tratamiento de la información. En la tabla 3.18 se presenta cuál es la posición de España en la Unión Europea para una serie de actividades de Servicios a Empresas.

⁴⁷ Laboratorio de Investigación en el Sector Servicios, Cámara de Comercio y Universidad de Alcalá de Henares, Madrid.

Tabla 3. 18: Posición de España en la UE en las actividades de Servicios a Empresas.

Servicios	Año	Variable	Posición de España	Nº de países con información
Consultoría de gestión	1993	Vol. negocio	6 ^a	8
Servicios legales	1993	Empleo	2 ^a	12
Ingeniería Industrial	1993	Vol. negocio	5 ^a	12
Inspección y control	1992	Empleo	7 ^a	8
Trabajo temporal	1992	Empleo	7 ^a	9
Servicios informáticos	1993	Vol. negocio	8 ^a	8
Estudios de mercado	1993	Vol. negocio	7 ^a	11
I+D bajo contrato	1993	Vol. negocio	7 ^a	8
Relaciones Públicas	1992	Vol. negocio	5 ^a	9
Servicios expresos	1992	Vol. negocio	6 ^a	12
Comunicación electrónica	1993	Vol. negocio	7 ^a	8
Publicidad	1993	Gasto	5 ^a	9
Marketing directo	1993	Gasto	6 ^a	9
Servicios de seguridad	1993	Vol. negocio	5 ^a	11
Servicios de limpieza	1993	Vol. negocio	3 ^a	10

Fuente: *Panorama de la Industria Comunitaria*, Unión Europea, 1995-1996. (SADEI, 1997).

Sería interesante conocer si España se está acercando o alejando de la evolución seguida por la media de Europa. Según los datos existentes, que son escasos y no muy buenos, depende del tipo de sector al que nos refiramos. Así, el sector de la publicidad ha tenido un importante acercamiento gracias a la expansión del mercado audiovisual. También se ha dado una aproximación del sector de relaciones públicas debido a su profesionalización. Para la mayoría de subsectores no existen datos, pero no parece deducirse una tendencia clara a la convergencia, pues aunque España está creciendo mucho, también lo están haciendo el resto de países europeos que van por delante de nosotros, de manera que sería necesario un crecimiento más elevado en España para alcanzar a los países que nos preceden.

Por lo que se refiere a las estrategias de innovación y cambio tecnológico en las empresas españolas, según un estudio realizado por SERVILAB (1998), éstas tienden a ser conservadoras con un énfasis en incrementar el desarrollo de productos y la reducción de costes. El factor clave en los procesos de innovación en España han sido las inversiones extranjeras. Las empresas españolas, en general, no son favorables a realizar cambios que vayan más allá de las mejoras en las técnicas y en los procesos que ya existen en la empresa. Tienden a adaptar las tecnologías desarrolladas por otros en lugar de crearlas ellas mismas.

B) Los Servicios a Empresas en algunas regiones de España.

Como hemos visto, las actividades de servicios presentan una situación diferente en las distintas regiones españolas, y dentro de ellas los Servicios a las Empresas suelen desarrollarse más en unas que en otras. Estas actividades, como expusimos en el capítulo 2, tienden a concentrarse en aquellos espacios en los que se presentan una serie de condiciones que les son favorables. Por ello, en España, estas actividades evolucionan de forma diferente en Madrid y Cataluña, que en Andalucía por ejemplo.

No disponemos de información para poder comparar la situación de estas actividades en todas las regiones españolas, aunque a partir de los índices de terciarización calculados anteriormente, si se observa el grupo de Otros servicios para venta, dentro de los que se encuentran los Servicios a las Empresas, podemos hacernos una idea. Las Comunidades mejor posicionadas en 1995 son Madrid, Cataluña y Canarias, siendo las únicas que presentan índices superiores a 1 y también las únicas que ven aumentar sus índices con respecto a 1961. El resto de las regiones españolas presentan todos índices inferiores a 1, habiéndose producido un descenso en todos ellos. Las más alejadas de 1 son La Rioja, Castilla-La Mancha, Navarra, Aragón, Cantabria, Castilla-León, Extremadura, Galicia y Asturias, todas ellas con índices por debajo de 0'80.

Este índice, sin embargo, sólo sirve para hacerse una idea de la situación, pues, entre otras cosas, el grupo de Otros servicios para venta es un cajón de sastre en el que se incluyen, junto a los Servicios a las Empresas, toda una serie de actividades heterogéneas que no han sido incluidas en otros apartados.

Para algunas Comunidades Autónomas existen estudios sobre los Servicios a las Empresas, de los cuales se pueden extraer algunas conclusiones para hacer una comparación de la distinta situación de estas actividades en los distintos territorios. El problema es que, bien por la inexistencia de datos en otras Comunidades Autónomas, o debido a razones metodológicas, las posibilidades de comparación son prácticamente nulas. Para que la comparación sea posible, habría que recurrir a utilizar investigaciones directas que obtengan la información partiendo del uso de una metodología común. Esta vía se inició en la segunda mitad de los ochenta dentro de un programa de investigación de la CEE (FAST) y a partir de ahí se han cubierto algunas Comunidades Autónomas (Comunidad Valenciana, País Vasco, Andalucía y Galicia) (Véase Cuadrado, Del Río, Rebollo y Otros, 1989; Del Río, Cuadrado y Rebollo, 1990; Gobierno Vasco, 1991).

De este estudio se destaca el elevado uso que las empresas dicen realizar de los servicios estudiados, con una coincidencia casi general en las cuatro regiones encuestadas, aunque en un número elevado de casos se realizan internamente por la empresa.

A medida que las empresas requieren más frecuentemente un servicio, disminuye el peso que le dan al factor coste, aumentando la valoración de la eficacia y calidad en la prestación. El caso más llamativo es el de las empresas que exportan, en las que la preocupación por los problemas de cumplimiento de controles de calidad y normalización, va paralela a la búsqueda de soluciones tecnológicas, innovaciones de producto, diseño, etc., surgiendo numerosos ejemplos en la Comunidad Valenciana y el País Vasco, siendo sin embargo su número bastante inferior en el caso de Galicia y Andalucía. En las previsiones de futuro, las investigaciones en Galicia y Andalucía ofrecen resultados en los que domina una actitud bastante más conservadora que en la Comunidad Valenciana y País Vasco.

En la tabla 3.19 aparecen las participaciones del empleo por Comunidades Autónomas sobre el empleo total nacional. Respecto al empleo total, lo mismo que en el terciario, tras Cataluña y Madrid se sitúa Andalucía, aunque hay que tener en cuenta que esta comunidad representa más del 17% de la población total. La concentración del empleo es más evidente si nos referimos a los Servicios

Avanzados a las Empresas. En este sector, Madrid y Cataluña absorben el 53'03% del empleo nacional en el sector. Aunque Andalucía sigue ocupando la tercera posición –debido a que tiene bastante más población que el resto de Comunidades Autónomas–, en este caso no significa que esté especializada en dichas actividades, ya que el porcentaje de empleo en las mismas es prácticamente la mitad de lo que le correspondería por población. Sin embargo, el País Vasco por ejemplo, posee el 6'01% del empleo nacional en SAE, cuando en el total representan el 5'31%.

Si observamos detenidamente la tabla, aparte de la fuerte concentración de las actividades de SAE en unas pocas regiones, podemos observar que parece existir una correlación entre el empleo en este sector y el empleo industrial. Sólo se aprecia una más clara concentración del empleo en este sector, muy por encima del empleo industrial, en el caso de Madrid. Pero ya hemos comentado la situación especial de Madrid, debida en parte al hecho de ser su ciudad la capital de España.

Tabla 3.19: Participación porcentual del empleo de las CC. AA. en el total nacional.

Comunidades Autónomas	Participación porcentual sobre el total nacional (1996)				
	Empleo total	Empleo industrial	Empleo terciario	Empleo en Serv empresariales e inmobiliarios	Empleo en Serv Avanzados a Empresas
Andalucía	14,17	8,74	15,06	11,12	8,43
Aragón	3,30	3,86	3,03	2,74	2,13
Asturias	2,48	1,90	2,34	2,08	2,06
Baleares	2,10	1,15	2,54	2,19	1,71
Canarias	3,90	1,55	4,52	3,58	2,09
Cantabria	1,24	1,23	1,17	1,02	0,97
Cast-La Mancha	6,26	5,40	5,89	4,09	3,59
Cast-León	4,01	4,23	3,49	2,09	1,35
Cataluña	17,85	25,56	17,29	21,30	23,56
C. Valenciana	10,37	14,43	9,58	9,25	9,25
Extremadura	2,19	0,97	2,16	1,35	0,91
Galicia	7,40	5,71	6,05	4,26	3,88
Madrid	14,54	11,54	17,19	24,66	29,47
Murcia	2,59	2,52	2,52	1,87	1,79
Navarra	1,53	2,37	1,36	1,24	1,58
País Vasco	5,31	7,63	5,20	6,72	6,01
La Rioja	0,76	1,20	0,63	0,43	0,41

Fuente: Elaborado por Rubiera y otros (2002) a partir de *Contabilidad Regional de España* y *DIRCE* (INE 1996) y MINER (1996b).

Consideraciones finales del capítulo.

Desde los años sesenta, pero sobre todo a partir de los ochenta, se ha venido produciendo un avance incesante en las actividades consideradas dentro del Sector Servicios en la mayor parte de las economías de nuestro entorno. Este hecho ha afectado a la distribución espacial del trabajo, ya que se ha producido una “terciarización” de las ocupaciones, y consecuentemente, a la posición relativa que ocupan las distintas regiones en la división internacional del trabajo.

En esta evolución de los servicios, no sólo es destacable su crecimiento cuantitativo, es decir, el porcentaje que representa hoy el empleo en los servicios con relación a los otros sectores económicos. También es importante analizar los cambios

cualitativos que se han producido en las relaciones de producción y en la organización social y espacial del trabajo, ya que tienen importantes repercusiones en el desarrollo social y económico de los distintos territorios. Esto es así en la medida en que inciden, por ejemplo en el ámbito de las ocupaciones, y que afectan directamente a los sujetos económicos que conforman un territorio, así como a la posición relativa que van a ocupar estos territorios en la jerarquía nacional e internacional de relaciones de poder.

Si bien todos los países de la Unión Europea han experimentado un avance espectacular de las actividades de servicios, y particularmente de los Servicios a las Empresas, en estas últimas décadas, la situación es diferente dependiendo del país a que nos refiramos. Se comprueba una concentración de las actividades de servicios más relacionadas con el sistema productivo en los “países centrales” y con mayores niveles de renta y de industrialización.

Para el caso de España, hemos comprobado que el Sector Servicios muestra una tendencia al crecimiento de su participación en el empleo y en la producción nominal, mientras que su importancia relativa en la producción real se encuentra prácticamente estancada. Este hecho se ha relacionado con el lento crecimiento de la productividad en este sector, motivada principalmente por la ineficiencia en el funcionamiento de sus mercados debido a la práctica ausencia de competencia como consecuencia de la intensa regulación existente hasta ahora en el sector.

A pesar de ciertas tendencias descentralizadoras surgidas en los últimos años, principalmente a raíz del desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, lo cierto es que los servicios muestran una clara tendencia a la centralización, sobre todo en aquellos servicios orientados a la producción y en aquellas actividades más estratégicas, relacionadas con la toma de decisiones. Esto se aprecia tanto entre los distintos países que componen la Unión Europea, como dentro de ellos, como sucede entre las distintas regiones españolas.

Si, como se ha demostrado en diversos estudios sobre localización de las actividades terciarias, las tareas más relacionadas con la toma de decisiones y los servicios más avanzados se concentran en unos pocos lugares “privilegiados”, nos vemos obligados a cuestionarnos si el cambio hacia una economía de servicios (en el sentido del importante aumento en la importancia estratégica de estas actividades, teniendo en cuenta que realmente lo que se está produciendo es una interdependencia cada vez mayor entre las actividades de servicios y las industriales) no nos está conduciendo a un incremento en las disparidades espaciales.

En el análisis realizado para la economía española se pone de manifiesto cómo, a pesar de que la evolución positiva de los servicios ha sido general a todas las regiones, se producen entre ellas algunas desigualdades, debido a las diferencias observadas en la evolución espacial de las distintas actividades que componen el sector.

El fenómeno de crecimiento terciario no funciona de la misma manera en los diferentes espacios, produciéndose una expansión en las actividades consideradas como más avanzadas dentro de los servicios (“Crédito y seguros” y “Otros servicios a la venta”, considerando que estos últimos incluyen a los Servicios a las Empresas) en las regiones tradicionalmente más “desarrolladas” de nuestro país (Cataluña,

Madrid), mientras que en las regiones menos “desarrolladas” de España (las dos Castillas, Extremadura, Galicia, o Andalucía), el avance de estas actividades con respecto a la media nacional es insignificante. Es decir, en el período que abarca desde principios de los ochenta y primeros noventa, años en los que se producen los procesos de reestructuración productiva derivados de la globalización, pocos cambios significativos se pueden apreciar en la distribución espacial de la especialización en las actividades de servicios, manteniéndose una situación que perdura a lo largo de los años.

El lugar dónde se localicen los servicios tiene importantes implicaciones para el desarrollo económico regional, y el que en España se mantenga la polarización espacial de los servicios a la producción, que se concentran en aquellas regiones más avanzadas económicamente, como hemos podido constatar en la comparación regional de los niveles de especialización de estas actividades, tiene y tendrá importantes consecuencias para el desarrollo de las distintas regiones españolas.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

CAPÍTULO 4
EL MARCO DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN LA
ECONOMÍA ANDALUZA

Introducción.

El espectacular crecimiento de las actividades de Servicios a las Empresas ha dado lugar a una proliferación de los estudios acerca de las mismas, si bien la mayoría de ellos se han realizado en los países y regiones “centrales”, debido a que es en estas economías donde, en principio, se han desarrollado con más profusión. Aquí pretendemos estudiar la situación de este sector considerado “estratégico”, en una realidad territorial, económica y social como la andaluza, muy distinta a la de otras Comunidades Autónomas españolas como la madrileña, la catalana o la vasca, y a la de otros territorios europeos.

Por un lado, para poder entender el significado que tienen estas actividades en la economía andaluza, es necesario conocer cuál ha sido su evolución y cuál es su situación en las economías de su entorno. Por eso, en el capítulo 3 hemos realizado un somero análisis de este sector tanto en los países que componen la Unión Europea, como en algunas regiones de nuestro país.

Por otro lado, también ayudaría a entender la situación de este tipo de servicios, el enmarcar su evolución en la de la economía andaluza en su conjunto, y más concretamente, la evolución del Sector Servicios en global. Por ello, realizamos un repaso general de las principales características socioeconómicas de Andalucía, y especialmente en lo referente al Sector Servicios, para contar con un marco de análisis previamente conocido.

La situación económica actual de nuestra región, además de estar determinada por una serie de condicionantes físicos (clima, situación geográfica, etc.), sociales, culturales, etc., es el resultado de un proceso histórico. Por ello, vamos a realizar una breve descripción de la evolución de la estructura económica de nuestra región en las últimas tres décadas, para poder entender mejor el porqué de su situación actual. A continuación realizamos un estudio del Sector Servicios en nuestra Comunidad Autónoma, para lo cual es fundamental la información que proporcionan las Tablas Input-Output de Andalucía acerca de las relaciones intersectoriales en nuestra Comunidad.

4.1- Aspectos generales de la evolución y estructura reciente de la economía andaluza.

La situación actual de la economía andaluza no sólo depende de factores puramente económicos, sino que es el resultado de un largo proceso histórico¹, en el que los

¹ En este trabajo nos centraremos principalmente en los hechos acaecidos en las 3 últimas décadas, en las que la evolución en los modos de producción y distribución han ido configurando unas estructuras social, productiva, etc., que han marcado la situación actual de nuestra región. Sin embargo, muchos de los caracteres que se atribuyen a la economía andaluza –debilidad del tejido industrial, importancia del sector primario y sobredimensionamiento del terciario, etc.- encuentran parte de su explicación en acontecimientos pasados. Así, en el siglo XVIII “*la forma de apropiación y distribución del excedente, muy centralizado, orientaba la capacidad de compra e inversión hacia una clase social muy minoritaria, desalentaba la emergencia de un mercado estimulado por la demanda y a su vez convertía la inversión en tierras en la vía más rentable, de modo que la oligarquía agraria no estaba interesada en desintegrar las formas de producción vigentes en el campo, condición exigida para el tránsito hacia la industrialización,*

últimos dos siglos han tenido un significado especial. Así, el modo como Andalucía se inserta en el capitalismo y el papel que juega en la división del trabajo, van a ser decisivos en la configuración de la economía de nuestra región a finales del siglo XX y de cara al siglo XXI.

Ya en el siglo XIX, el paso del antiguo al nuevo régimen supone en Andalucía el triunfo de la propiedad privada en el campo andaluz y la consolidación de la posición de hegemonía oligárquica de la burguesía agraria. De este modo, mientras en Andalucía se afianzaba una economía que giraba en torno a la agricultura, minería y pesca, en otras regiones, como Cataluña y el País Vasco, se avanzaba de cara al predominio de la industria. De manera que, como dice Delgado (2001): “...*(se consolida), desde la segunda mitad del siglo XIX, una división del trabajo en la que el patrimonio natural de Andalucía –suelo y subsuelo-, se pone en gran medida al servicio de las necesidades de los procesos de crecimiento y acumulación que tienen lugar en otras áreas. Se trata, por tanto, de una especialización propia de las economías periféricas, una especialización dependiente*”.

Esta especialización productiva andaluza marcará la estructura económica reciente de esta región. Si bien los investigadores regionales aceptan generalmente que la situación de la economía andaluza era el resultado de un largo proceso histórico en el que factores internos, como la desigual distribución de la tierra o la falta de “espíritu empresarial”, habían jugado un papel central, las causas más recientes del “subdesarrollo” andaluz parecían derivarse del proceso de desarrollo desigual llevado a cabo en nuestro país durante las décadas de los sesenta y setenta (Delgado, 1981; Román, 1987).

4.1.1- Cambios en el modelo de desarrollo de Andalucía: de los años sesenta a la década de los ochenta.

En las últimas décadas se han producido constantes modificaciones de las condiciones económicas y sociales, y de algunos aspectos del sistema productivo de las “economías más desarrolladas”, dando lugar a diagnósticos y a políticas diferentes para cada situación. Desde una perspectiva regional, las pautas del crecimiento económico español de la década de los sesenta parecían adaptarse a las premisas de los modelos neoclásicos², basados en la movilidad de los factores productivos, entre las cuales se dice que el capital tendería a localizarse en las zonas donde la mano de obra fuera abundante y barata, y que la movilidad haría que los precios de los factores así como la renta per cápita se igualase entre regiones.

Pero la realidad demostraba que las desigualdades regionales permanecían en el tiempo: se estaba produciendo una fuerte concentración de la capacidad de producción, de la población y del empleo en Madrid, Cataluña y País Vasco. Las autoridades públicas

[...]” (Delgado, 1981). Para un repaso de la historia de Andalucía pueden consultarse, entre otros, Lacomba (1992, 1996); Bernal (1974, 1979); Delgado (1981) y Carmona Portillo (1999).

² Según Delgado (1981), en 1955 “*se hallaba configurada una división del trabajo a nivel nacional de corte clásico dentro de la cual las regiones centrales aprovechan las potencialidades naturales que ofrece Andalucía en una serie de actividades ligadas a la utilización intensiva de fuerza de trabajo y al empleo de técnicas poco refinadas*”.

reaccionaron incentivando las inversiones en las zonas más desfavorecidas, sin renunciar al esquema basado en la movilidad de los factores productivos.

Las primeras aportaciones relevantes sobre el modelo de desarrollo andaluz pusieron de manifiesto las consecuencias negativas que tuvo para la región la forma de crecimiento que estaba adoptando la economía española³. Así, el proceso de industrialización que se produjo en España en las décadas de crecimiento no contribuyó a un verdadero desarrollo de la industria en Andalucía.

El crecimiento vegetativo de la población, junto al excedente de mano de obra procedente del campo (expulsada por la mecanización), provocó una oferta de trabajo que las condiciones productivas de Andalucía no podían asumir⁴. Además, la lógica económica animaba a la emigración como única salida. El profesor García Barbancho (1980) cuantificó y puso de manifiesto la intensidad del fenómeno.

No sólo fueron los recursos humanos los que salieron de nuestra región, a ellos se unieron los recursos financieros. El ahorro andaluz se estaba canalizando al exterior no sólo por las mayores expectativas de rentabilidad que ofrecían otras zonas industrializadas, sino también debido a la regulación institucional que favorecía la salida de capitales. (Cuadrado y Villena, 1978). La búsqueda del máximo beneficio determinó el desarrollo de unas regiones en las que se concentró la inversión –las “regiones centrales”: Madrid, Cataluña, País Vasco-, mientras que en las “regiones periféricas” –Andalucía, Extremadura, etc.- se consolidaba una situación de subdesarrollo y dependencia. Este marco se completó con una sobreexplotación de los recursos naturales, que provocó un crecimiento desordenado, con un evidente impacto negativo sobre el medio ambiente, que no fue puesto suficientemente de relieve en esas fechas⁵.

La década de los sesenta fue un período de intenso crecimiento económico en Andalucía, superándose la media española. Este crecimiento se apoyaba básicamente en la agricultura –que conoce un fuerte proceso de mecanización-, el auge del turismo de masas y el incremento de la industria –con la instalación de algunas actividades industriales desconectadas del resto del tejido productivo andaluz⁶-. Como dice Delgado (2001): *“En esta etapa se tiene ocasión de constatar que, sin cambios estructurales, sin profundas transformaciones en torno a cómo se produce y cómo se distribuye la riqueza en Andalucía, estimular el crecimiento significa profundizar los desequilibrios, acentuar la desarticulación, profundizar en una dinámica de adaptación a necesidades ajenas”*.

³ Para una visión acerca de la política económica desarrollada en este período véase Ferraro, 1995.

⁴ Andalucía suministró mano de obra –más de un millón de emigrantes-, capital, materias primas, alimentos y mercados que permitieron el despegue industrial de España. A su vez, Andalucía también contribuyó al desarrollo de las prósperas industrias localizadas en otras regiones, realizando las etapas menos rentables y más contaminantes del proceso productivo. Es decir, en Andalucía se llevó a cabo un desarrollo industrial exógeno, subsidiario y dependiente, cuyo fin era asistir al proceso de industrialización de las áreas más ricas, como el País Vasco, Cataluña y Madrid (Delgado, 1981).

⁵ Recientemente, para el caso de la agricultura, García Brenes (2001) ha realizado un estudio sobre las externalidades negativas de la agricultura andaluza sobre el medio ambiente.

⁶ Estas actividades son Química básica y Metálicas básicas, cuyos productos sirven como materia prima en procesos más complejos de la industria, pero cuyas fases de elaboración no se hacen en Andalucía. Es decir, las ramas industriales trasladadas a Andalucía están desvinculadas del resto de la economía regional y articuladas con el exterior como complemento de las economías centrales (Delgado, 1981).

De este modo, Andalucía se presenta ante la crisis con una economía desestructurada, compuesta de dos partes que se han ido distanciando progresivamente: una moderna, que sirve de apéndice y complemento de las “economías centrales” y otra autóctona, débil y en regresión, para la que cada vez se encuentran más alejadas las posibilidades de integración en condiciones de igualdad⁷ (Delgado 1988). A esto se une el hecho de que no hubo una política regional compensatoria que contrarrestase las tendencias de la economía en ese proceso de crecimiento divergente, sino que se optó por una estrategia que puso su acento en las políticas sectoriales y olvidó la dimensión espacial del crecimiento⁸, lo que en cierto modo sirvió para alentar esas tendencias.

Ciertas propuestas, en la onda de las aportaciones de corte keynesiano, se orientaron a la localización de grandes empresas públicas y privadas, siguiendo las propuestas de los modelos de desarrollo acumulativo o polarizado (Myrdal, Perroux, etc.), que argumentaban que las desventajas iniciales de una región tienden a perpetuarse por las economías de escala y de aglomeración que benefician a los centros más desarrollados, a menos que el Estado intervenga estimulando el crecimiento a través de ciertas industrias. El diseño de la política regional consistiría, en última instancia, en la elección adecuada de las áreas y actividades que habrían de apoyarse para generar los efectos de arrastre. Pero en la práctica, la consolidación de grandes enclaves industriales, escasamente vinculados a la zona, agudizaría la desarticulación productiva de la economía andaluza.

El modelo de desarrollo en España ha condicionado la definición de los rasgos básicos de la economía andaluza que, a finales de los setenta y principios de los ochenta era el resultado de un conjunto de factores entre los que abundaban los de carácter coyuntural, ligados a la crisis económica internacional, pero entre los que también estaban presentes otros problemas estructurales heredados de etapas anteriores⁹. Los indicadores básicos de la economía andaluza ponían de manifiesto una situación altamente preocupante, que demandaba una urgente respuesta política. A esto se unió el deseo de aportar soluciones desde Andalucía, es decir, la necesidad de crear órganos propios de gobierno regional.

El inicio de la etapa autonómica incidió decisivamente en la consideración de Andalucía como una unidad de estudio y acción. Los análisis económicos que se fueron realizando, fueron mostrando reiteradamente la presencia de una serie de problemas que definían la situación económica de Andalucía a comienzos de la década de los ochenta (Cuadrado y Torres, 1981; ESECA en sus Informes Económico-Financieros sucesivos desde 1984) y que pueden sintetizarse en los siguientes:

a) Desarticulación sectorial: Existencia de enclaves industriales escasamente vinculados a la zona y con un elevado grado de apertura al exterior, al comercializar la mayor parte de su producción fuera de Andalucía y por las altas necesidades de importación¹⁰.

⁷ La relación entre estas dos partes, que invalida la aplicación de las tesis dualistas a la economía andaluza, y al proceso seguido por la estructura económica andaluza, puede verse en Delgado (1981) para el período 1955-73, Delgado (1988) para el período 1973-85 y Delgado (1993 y 1995) hasta 1990.

⁸ A este respecto puede consultarse Cuadrado (1985) y Delgado y Sánchez (1998).

⁹ Una explicación muy interesante acerca de la situación de dependencia de la economía andaluza se encuentra en la tesis realizada por Delgado (1981).

¹⁰ Andalucía se presentaba ante la década de los ochenta con una evidente falta de implantación del Sector

b) Desarticulación territorial: El montaje y desarrollo de la estructura viaria andaluza se inscribía en un modelo centralista que condicionaba las comunicaciones dentro de la región, provocando la marginación de amplias zonas¹¹.

c) Escasa capacidad para generar empleo: La baja tasa de actividad (29'8% en Andalucía en 1980 frente a 34'6% de la media española) daba muestras de serios problemas en el mercado de trabajo, que se ven corroborados con las altas tasas de desempleo (17'5% de la población activa andaluza, mientras que en España apenas superaba el 11%). La tendencia al incremento del paro se ve agravada por la inversión del tradicional flujo migratorio andaluz.

d) Dualismo en las explotaciones agrarias: Según el Censo Agrario de 1982, casi el 80% de las explotaciones tenían menos de 10 ha y representaba el 10% de la superficie cultivada. Las explotaciones de más de 50 ha suponían sólo el 5% del total de las explotaciones, pero acaparaban más del 70% de la superficie cultivada.

e) Crisis industrial: A principios de los ochenta era evidente el deterioro de ramas productivas, como la textil, la química o la naval, que en décadas anteriores habían constituido el motor del desarrollo industrial español. Las ayudas financieras o la protección se revelaban socialmente insostenibles. En este contexto, la reconversión de los grandes enclaves industriales andaluces se convirtió en una necesidad ineludible, suponiendo una reducción de la capacidad productiva y, consecuentemente, del empleo. Se ponía de manifiesto la existencia de un acentuado minifundismo industrial en comparación con otras regiones españolas, el cual debía ser entendido como una fuente de ineficiencias productivas.

A estos rasgos económicos básicos se unían otros problemas, como el bajo nivel de equipamientos y servicios colectivos, el deterioro medioambiental, la “falta de espíritu empresarial¹²”, etc., para configurar una realidad que exigía una respuesta política. A partir de ahí, se fue gestando un discurso sobre una base nacionalista, en torno a un modelo de desarrollo que pretendía romper los vínculos que, se suponía, permitían la instrumentación de Andalucía para la satisfacción de necesidades de la economía nacional. De este modo cobraron fuerza los modelos centro-periferia que, aunque surgieron para explicar la realidad de América Latina, fueron rápidamente aplicados a algunas economías regionales¹³.

Industrial, a partir de la cual se confirmaba su escasa integración productiva y el importante papel de los Sectores Primario y Servicios. Dada la tendencia a la pérdida relativa de producción y empleo en la agricultura, la economía andaluza parecía destinada a la intensificación del proceso de terciarización.

¹¹ Sobre el desarrollo de la estructura viaria andaluza véase Márquez Guerrero (1993, 2000b).

¹² Tradicionalmente se ha considerado como uno de los problemas seculares de la economía andaluza la “falta de un espíritu empresarial”. Este tema, sin embargo es bastante controvertido. Para más información puede consultarse Delgado (1999).

¹³ El primer artículo publicado en la Revista de Estudios Regionales (1978) se tituló “La teoría de la dependencia y el desarrollo regional” y en él, el profesor Sampedro sostenía que “*la región es más vulnerable ante la explotación externa a ella que un estado políticamente independiente*”. En la presentación de este número, el profesor Cuadrado afirmaba que el trabajo de Sampedro podía ser “*el punto de partida de futuros estudios regionales en los que se pretenda alcanzar una interpretación globalizadora e integral de las relaciones entre áreas desarrolladas*”.

Resumiendo, como dice Román (1987), Andalucía presentaba a principios de los ochenta todas las características de una economía “subdesarrollada”: atraso, extraversion, desarticulación económica y espacial, dependencia, marginación y vulnerabilidad.

Los indicadores económicos disponibles a principios de los noventa, indicaban que en la segunda mitad de los ochenta Andalucía creció a ritmos superiores a la media española, aumentando su peso en la economía nacional, aunque las participaciones de los diferentes sectores productivos en la economía de la nación se mantuvieron estables, aumentando el peso de los servicios. El peso de Andalucía es mayor en el empleo total de España que en el producto, siendo sobre todo elevada su participación en sectores en los que la productividad es menor. Los servicios absorbían el 67'2% del crecimiento del VAB total de Andalucía en el período 1986-1989. Sin embargo, el fuerte dinamismo de los servicios y de la construcción no pudieron compensar el fuerte peso que tiene en la región un sector de crecimiento débil, la agricultura, y el escaso dinamismo crónico de la industria (Román, 1993).

El cambio de coyuntura producido a partir de la segunda mitad de 1989 pone de manifiesto los riesgos que afectan a los sectores más dinámicos de la economía andaluza: la presencia creciente de una fuerte competencia externa, la notable ligazón de la financiación extraregional de dichos sectores, el comportamiento acusadamente cíclico de la construcción residencial. Esta etapa recesiva del ciclo económico pone de relieve la necesidad que tiene Andalucía de disponer de una estructura económica más diversificada, que contribuya a generar una economía más equilibrada y sólida y más apoyada en una trama de relaciones intersectoriales intensa (Román, 1993).

4.1.2.- Estructura económica de Andalucía: evolución y comparación de la situación en el proceso de globalización económica.

Andalucía es la mayor región española en términos de población y superficie¹⁴ caracterizada como “periférica”¹⁵, lo cual hace que sus problemas cobren una mayor dimensión.

Una de las principales características de la economía andaluza es **su especialización productiva**, la cual gira en torno al Sector Agrario (Agricultura y Agroalimentario), la Pesca y la Minería. A continuación se encuentran los Servicios, que sobresalen ante la ausencia de peso de las actividades transformadoras (Delgado, 1995). Según Cuenca García (1995), el despegue tan espectacular seguido por los Servicios en Andalucía, al tiempo que se produce un retroceso industrial (véase, para el caso del empleo, la tabla

¹⁴ “La población y el territorio andaluz equivalen, aproximadamente, al 17% de los totales españoles” Román (1995).

¹⁵ Siguiendo los indicadores tradicionalmente usados para esta consideración según la teoría neoclásica, debido a sus bajos niveles de producción –ésta representa el 12% de la nacional-, empleo –el paro en Andalucía se situaba a mediados de los 90 en niveles en torno al 30%, mientras que la media española es algo inferior al 20%-; de inversión –la formación bruta de capital fijo representa en Andalucía la décima parte de la realizada en España-; de renta –según datos de la Contabilidad Regional de España (INE), la renta bruta per cápita de Andalucía en 1995 era aproximadamente 3/4 de la media española-; etc.

4.1), da muestras del comportamiento de un sector residuo cuyo crecimiento ha sido debido a la falta de capacidad del sistema productivo para crear empleo y nuevas actividades.

La evolución de la estructura socioeconómica de Andalucía, como han señalado numerosos autores (Delgado, 1981, 1993; Caravaca, 1985; Román, 1987, 1993; González, 1993, etc.), se ha caracterizado por la creciente presencia del Sector Servicios, sin pasar por la creación de un Sector Industrial suficientemente productivo. Además, como indica Caravaca (1985), “*los rasgos generales que definen a la industria andaluza han contribuido a conformar en la región una estructura productiva propia de áreas subdesarrolladas y nos ponen en evidencia el carácter dependiente de su economía*”¹⁶.

Por lo que se refiere a la estructura del empleo, en Andalucía, al igual que en las regiones que se pueden considerar “centrales” en nuestro país, predomina ampliamente el empleo terciario, con un aumento espectacular en los últimos años. Sin embargo, aún permanece un amplio porcentaje de empleo agrario, en comparación con estas otras regiones y con la media española, mientras que el porcentaje del empleo industrial es de menos de la mitad del de Cataluña o del País Vasco.

Tabla 4.1: Composición del empleo por sectores (Porcentajes)

	1999				Diferencias 1999-1985			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Andalucía	14,7	11,9	10,1	63,3	-6,8	-3,4	1,8	8,3
Cataluña	2,9	27,1	8,2	61,7	-2,9	-6,8	1,3	8,2
País Vasco	3,3	29,6	8,3	58,8	-2,4	-7,3	1,8	7,8
España	8,1	19,0	9,2	63,6	-7,6	-4,4	1,7	10,2

Nota: 1. Agricultura, 2. Industria, 3. Construcción, 4. Servicios

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Para referirnos con más claridad a los rasgos de la estructura productiva andaluza con respecto a su especialización dentro de la economía española, en la tabla 4.2 hemos jerarquizado los sectores productivos según su participación en el total para España, comparando con Cataluña, como prototipo de “región central”. Vemos que Andalucía se sitúa en las antípodas de la especialización regional con respecto a Cataluña, como ya demostró Delgado (1981, 1988, 1993). En la década de los noventa Andalucía sigue estando especializada en las actividades primarias, en los Servicios –algunos de los cuales adelantan posiciones– y en la Industria Agroalimentaria.

Las actividades primarias siguen ocupando los primeros puestos en 1995, aumentando su cuota de participación en la producción española respecto a 1981 (20’0%), lo que indica una profundización en la especialización agraria. Sin embargo, decae el Sector

¹⁶ Entre estos rasgos se pueden destacar:

- La escasa significación del Sector Industrial en la economía regional y el bajo porcentaje de participación en la producción industrial española.
- La pervivencia en el sector de formas de producción precapitalistas.
- El bajo nivel tecnológico de la mayoría de las empresas.
- La especialización productiva en sectores de escaso valor añadido, como alimentación, materiales de construcción, etc.
- La desarticulación entre los diferentes subsectores.

Agroalimentario, que pasa de ocupar las primeras posiciones en las décadas de los sesenta y setenta (con una participación en el total del 21'7% en 1961 y del 19'6% en 1973) para ocupar la quinta posición en 1995 con un 15'6%. Este incremento de la especialización agraria en Andalucía, junto con el retroceso de las Industrias Agroalimentarias¹⁷ supone que se ha debilitado uno de los escasos eslabones intersectoriales de la economía andaluza, profundizándose la desarticulación del tejido económico andaluz en un sector que es líder por su dinamicidad en términos de inversión en España en los ochenta (Delgado, 1988). En Cataluña ha sucedido justamente lo contrario, aumentando su aportación a la producción alimentaria española, que en 1995 se sitúa por encima de la andaluza (17'7%).

Tabla 4.2: Participación de los distintos sectores en el total de España (% Producción) 1995.

Andalucía		Cataluña	
Agricultura y Silvicultura	24,5	Productos Químicos	35,2
Pesca Marítima	18,2	Textiles, Cuero y Calzado	33,0
Servicio Doméstico	16,2	Caucho, Plástico y Otras Manufacturas	30,2
Servicios Públicos	16,2	Alquiler Inmuebles	30,0
P. Alimenticios, Bebidas y Tabaco	15,6	Papel, Art. de Papel e Impresión	29,7
Hostelería y Restaurantes	15,4	Productos Metálicos y Maquinaria	27,7
Recuperación y Reparaciones	15,3	Material de Transporte	23,9
Construcción e ingeniería	15,0	Otros Servicios para Venta	22,1
Servicios Comerciales	14,3	Enseñanza y Sanidad (Privada)	20,8
Transporte y Comunicaciones	12,8	Recuperación y Reparaciones.	19,9
Enseñanza y Sanidad (Privada)	12,8	Crédito y Seguros	19,8
Minerales y Productos No Metálicos	11,5	Servicio Doméstico	18,1
Crédito y Seguros	11,4	Transporte y Comunicaciones	18,1
Productos Energéticos y Agua	10,5	P. Alimenticios, Bebidas y Tabaco	17,7
Material de Transporte	10,3	Madera, Corcho y Muebles Madera	16,6
Madera, Corcho y Muebles Madera	10,2	Hostelería y Restaurantes	16,1
Alquiler Inmuebles	10,2	Servicios Comerciales	16,0
Otros Servicios para Venta	10,1	Construcción e ingeniería	15,6
Minerales y Metales	8,5	Minerales y Productos No Metálicos	14,2
Productos Químicos	7,5	Productos Energéticos y Agua	12,3
Textiles, Cuero y Calzado	7,0	Servicios Públicos	11,7
Papel, Art. de Papel e Impresión	6,4	Minerales y Metales	8,4
Caucho, Plástico y Otras Manufacturas	6,2	Pesca Marítima	6,2
Productos Metálicos y Maquinaria	5,8	Agricultura y Silvicultura	5,9

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

En segundo lugar, como en décadas anteriores, según puede comprobarse en los citados trabajos de Delgado, se encuentra un grupo de ramas de Servicios, encabezadas por Servicios públicos, Servicio doméstico, Recuperación y reparaciones, Hostelería y Comercio, que son precisamente aquéllas en las que vimos que estaba especializada la estructura productiva andaluza .

¹⁷ Para un análisis de la Industria Agroalimentaria en Andalucía puede verse Delgado y Román (1995), Grupo AREA (1999), Delgado (2002).

Si consideramos la dinámica de la especialización productiva entre 1961 y 1995, los únicos sectores que aumentan su participación relativa en la producción española son Agricultura, Productos energéticos, Alquiler de inmuebles, Productos metálicos, Caucho y plástico y Crédito y seguros, y en menor medida Textil y cuero, Servicios comerciales, Productos químicos, y Papel y artículos de papel e impresión. El resto disminuye su participación, siendo los más regresivos Pesca, Material de transporte, Industrias Agroalimentarias, Otros servicios a la venta y Minerales y metales.

Tabla 4.3: Dinámica de la especialización sectorial en Andalucía 1961-1995
(tasa de variación del peso específico sobre el conjunto español)

Agricultura	4,4	Pesca	-7,5
Productos energéticos	3,1	Material de transporte	-6,7
Alquiler inmuebles	2,8	Productos Alimenticios	-6,1
Productos metálicos	1,7	Otros servicios a la venta	-5,4
Caucho y plástico	1,6	Minerales y metales	-5,3
Crédito y seguros	1,5		

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

En los servicios andaluces se ha mantenido la productividad¹⁸ muy por debajo de la del “centro”. En la tabla 4.4 comparamos la productividad en las actividades terciarias en Andalucía con las de otras regiones españolas más industrializadas –también denominadas más “desarrolladas”- y con la media española. Vemos que aumenta la productividad en los servicios a lo largo del período considerado, tanto en Andalucía como en la media española, Cataluña y País Vasco. Para los distintos años considerados, la productividad es siempre inferior en Andalucía que en España y en Cataluña y País Vasco, pero esa diferencia se hace más evidente para algunas de las actividades de servicios.

Tabla 4.4: Productividad¹⁹ en las actividades de servicios.
ANDALUCÍA

	1961		1981		1991				
	Empleo	VAB	VAB/ Empleo	Empleo	VAB	VAB/ Empleo	Empleo	VAB	VAB/ Empleo
Recuperación y Reparaciones	1,9%	2,5%	115,7	2,4%	2,9%	251,5	2,5%	2,5%	270,5
Servicios Comerciales	6,3%	8,5%	116,0	12,5%	11,7%	193,7	13,5%	11,7%	239,5
Hostelería y Restaurantes	3,8%	4,0%	91,6	5,6%	6,1%	225,9	6,7%	5,6%	228,6
Transporte y Comunicaciones	3,7%	3,0%	70,0	4,9%	5,8%	248,2	5,3%	6,6%	340,6
Crédito y Seguros	0,7%	3,3%	416,9	1,9%	4,1%	433,2	2,1%	4,7%	627,1
Enseñanza y Sanidad (Privada)	1,3%	4,7%	318,2	2,0%	3,0%	307,3	2,2%	1,9%	236,4
Otros Servicios para Venta	3,3%	14,5%	379,9	4,7%	6,0%	262,8	5,4%	6,6%	336,2
Servicio Doméstico	4,3%	3,0%	60,1	3,7%	1,0%	56,8	4,3%	1,2%	77,8
Servicios Públicos	5,0%	12,4%	215,3	11,9%	13,3%	232,9	17,6%	14,5%	228,8
TOTAL SERVICIOS	30,3%	60,2%	170,5	49,7%	58,6%	244,5	59,8%	60,6%	280,9
TOTAL	100%	100%	85,7	100%	100%	207,5	100%	100%	276,9

¹⁸ Algunos autores (Delgado, 1981, 1995; Moreno, 1995; etc.) hablan de la menor productividad de los servicios en Andalucía, lo cual juega a favor de la teoría de que muchas de las actividades terciarias desarrolladas en esta región desempeñan el papel de “sector refugio” del empleo excedente de la agricultura y de la deficiente industria regional.

¹⁹ Para cada uno de los años considerados se han utilizado medias móviles, a partir de los años precedente y posterior, para evitar posibles distorsiones en un año concreto. Hemos suprimido la rama de Alquiler de inmuebles porque presentaba unos valores muy elevados que podían llevar a confusión, pero hemos tenido en cuenta sus datos a la hora de calcular los totales.

CATALUÑA

	1961		VAB/		1981		VAB/		1991		VAB/	
	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	VAB	Empleo	
Recuperación y Reparaciones	1,9%	2,2%	160,5	2,3%	2,7%	321,6	2,3%	2,3%	336,2			
Servicios Comerciales	9,5%	9,8%	139,0	14,2%	11,9%	230,4	14,4%	12,5%	300,5			
Hostelería y Restaurantes	3,7%	3,2%	117,4	4,8%	5,0%	288,8	5,7%	4,7%	283,7			
Transporte y Comunicaciones	5,4%	3,5%	87,3	5,2%	5,3%	282,6	5,8%	6,2%	366,9			
Crédito y Seguros	1,8%	5,9%	446,1	3,1%	5,6%	496,2	3,0%	6,3%	718,2			
Enseñanza y Sanidad (Privada)	1,7%	4,8%	381,4	2,5%	3,3%	367,1	3,0%	2,4%	272,0			
Otros Servicios para Venta	4,2%	13,8%	446,0	5,7%	6,2%	302,1	7,3%	5,5%	264,2			
Servicio Doméstico	4,8%	2,4%	67,8	3,7%	1,0%	74,0	4,0%	1,2%	101,2			
Servicios Públicos	4,0%	7,2%	241,1	7,2%	7,2%	272,9	10,4%	7,8%	259,1			
TOTAL SERVICIOS	37,6%	59,3%	213,2	49,0%	53,2%	300,3	56,1%	54,4%	335,9			
TOTAL	100%	100%	135,2	100%	100%	276,6	100%	100%	346,6			

PAÍS VASCO

	1961		VAB/		1981		VAB/		1991		VAB/	
	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	VAB	Empleo	
Recuperación y Reparaciones	1,7%	1,6%	129,2	2,3%	2,3%	277,7	2,4%	2,0%	303,6			
Servicios Comerciales	8,8%	8,6%	135,8	11,3%	8,8%	222,0	11,8%	9,4%	283,0			
Hostelería y Restaurantes	3,6%	2,8%	109,3	3,9%	3,4%	249,0	4,2%	3,1%	258,7			
Transporte y Comunicaciones	5,9%	3,2%	74,6	6,0%	5,4%	251,6	6,6%	6,4%	341,7			
Crédito y Seguros	1,6%	5,3%	476,2	3,0%	5,3%	495,9	2,9%	5,9%	729,8			
Enseñanza y Sanidad (Privada)	1,9%	4,6%	333,2	2,7%	3,0%	319,1	3,0%	2,2%	261,8			
Otros Servicios para Venta	3,9%	12,9%	461,4	5,0%	5,1%	289,9	6,0%	6,3%	373,0			
Servicio Doméstico	4,5%	2,2%	68,3	3,5%	0,9%	71,4	3,8%	1,1%	99,4			
Servicios Públicos	4,0%	6,6%	230,7	8,3%	8,0%	275,4	13,8%	11,1%	286,0			
TOTAL SERVICIOS	36,4%	54,8%	209,6	46,1%	47,2%	290,0	54,6%	52,2%	340,1			
TOTAL	100%	100%	139,2	100%	100%	283,3	100%	100%	355,4			

ESPAÑA

	1961		VAB/		1981		VAB/		1991		VAB/	
	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	Empleo	VAB	Empleo	VAB	Empleo	
Recuperación y Reparaciones	1,8%	2,3%	132,6	2,2%	2,7%	282,1	2,3%	2,2%	299,9			
Servicios Comerciales	7,4%	9,0%	125,4	12,4%	11,5%	218,2	13,4%	11,8%	273,3			
Hostelería y Restaurantes	3,7%	3,7%	102,7	5,3%	5,7%	255,0	6,3%	5,3%	259,4			
Transporte y Comunicaciones	4,5%	3,3%	77,5	5,4%	6,0%	260,6	5,7%	6,5%	351,3			
Crédito y Seguros	1,1%	4,8%	457,0	2,5%	5,2%	488,5	2,6%	5,9%	700,6			
Enseñanza y Sanidad (Privada)	1,4%	4,8%	348,4	2,2%	3,1%	330,7	2,5%	2,1%	260,0			
Otros Servicios para Venta	3,4%	13,7%	417,3	5,1%	6,1%	282,2	6,4%	7,5%	360,6			
Servicio Doméstico	4,2%	2,6%	63,9	3,4%	0,9%	66,5	3,8%	1,1%	91,4			
Servicios Públicos	4,8%	11,0%	237,9	10,3%	11,0%	252,7	14,9%	12,0%	249,8			
TOTAL SERVICIOS	32,7%	60,2%	190,9	49,0%	57,1%	275,2	58,1%	60,1%	319,9			
TOTAL	100%	100%	103,9	100%	100%	236,4	100%	100%	309,1			

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

En 1961 en Andalucía, la productividad era considerablemente menor en Servicio doméstico, Transportes y Hostelería, seguidos de Recuperación y reparaciones y Servicios Comerciales. En 1991 el orden de menor a mayor es Servicio doméstico,

Hostelería, Servicios Públicos, Servicios Comerciales y Recuperación y reparaciones, todos ellos por debajo de la productividad media del Sector Servicios.

Otro rasgo que, según hemos visto, definía la estructura económica de Andalucía a principios de los ochenta, y que continúa definiéndola a lo largo de estas últimas décadas, es la **desarticulación**, la cual ha de ser entendida, por un lado, como desvinculación entre las distintas actividades económicas que tienen lugar en el espacio andaluz, y por otro, como yuxtaposición de dos partes, “moderna” y “tradicional”, que siguen en Andalucía caminos divergentes (Delgado 1995). Otras de las características estructurales de la economía andaluza son su **escasa capacidad para generar empleo**²⁰, y la **distribución desigual de la riqueza y desigual distribución territorial de la actividad productiva**²¹.

4.2.- Los Servicios en la Comunidad Autónoma Andaluza: evolución, estructura e interdependencias.

La economía andaluza, al igual que las economías del entorno de la Unión Europea, se ha caracterizado por el cambio en el comportamiento sectorial de la producción y el empleo en las últimas décadas, de manera que ambas variables se han ido concentrando principalmente en los Servicios. Según los últimos datos estadísticos²², nuestra economía puede catalogarse como una “economía de servicios²³”, ya que este sector aporta más del 50% al VAB y al empleo regionales. La aportación al empleo ha pasado del 26’0% en 1955 al 63’3% en 1999, según los datos obtenidos del BBV, como puede observarse en la tabla 4.5.

Este proceso no es exclusivo de la economía andaluza; sin embargo, en su caso, como veremos a lo largo de este análisis, se dan una serie de peculiaridades. Por un lado, este paso a una “economía de servicios” se ha producido en Andalucía sin mediar los procesos de industrialización y desindustrialización propios de otras economías vecinas, permitiendo, entre otras cosas, que se perpetúen algunas de las características de dependencia y desarticulación que tienen sus orígenes en las particulares condiciones en las que esta Comunidad se inserta en la estructura nacional e internacional, como hemos

²⁰ La escasa capacidad de generación de empleo de la economía andaluza, que ha sido señalada como uno de sus rasgos estructurales, se debe a dos factores principales (Morillas, 1995): la menor capacidad de arrastre de las actividades económicas en esta región, junto con el hecho de que mientras se crea empleo en unas actividades, se destruye en otras como consecuencia de su desventaja comparativa, como sucede en el Sector Agroalimentario (Delgado, 1995).

²¹ El diseño de las políticas territoriales del gobierno andaluz en los Planes de desarrollo, no han modificado la dinámica espacial polarizada que han reforzado estos desequilibrios territoriales (Delgado, 2002). La distribución espacial de los incentivos regionales lleva a concluir que la Política Económica ha contribuido a acentuar las desigualdades territoriales en el interior de Andalucía (Rodríguez Alba, 1997).

²² Las fuentes económicas disponibles para el estudio del sector servicios en Andalucía: *Contabilidad Regional de España; Encuesta de Población Activa; Tablas Input Output de Andalucía* 1980, 1990 y 1995; la serie sobre la *Renta Nacional de España y su distribución provincial* del BBV, presentan algunas diferencias importantes en lo que se refiere a la composición sectorial de la economía en esta región, aunque si estudiamos la evolución, las tendencias son las mismas en todas ellas.

²³ Sin embargo, esta catalogación de una economía como “economía de servicios” plantea algunas confusiones, como la de considerar como más “desarrollada” una economía por el hecho de presentar mayores porcentajes en la participación sectorial del Sector Servicios.

referido en el apartado anterior. Por otro lado, si analizamos la situación de las actividades que componen el Sector Servicios, se comprueba cómo en Andalucía, son precisamente las actividades más tradicionales las que representan la especialización productiva de esta región en el total nacional.

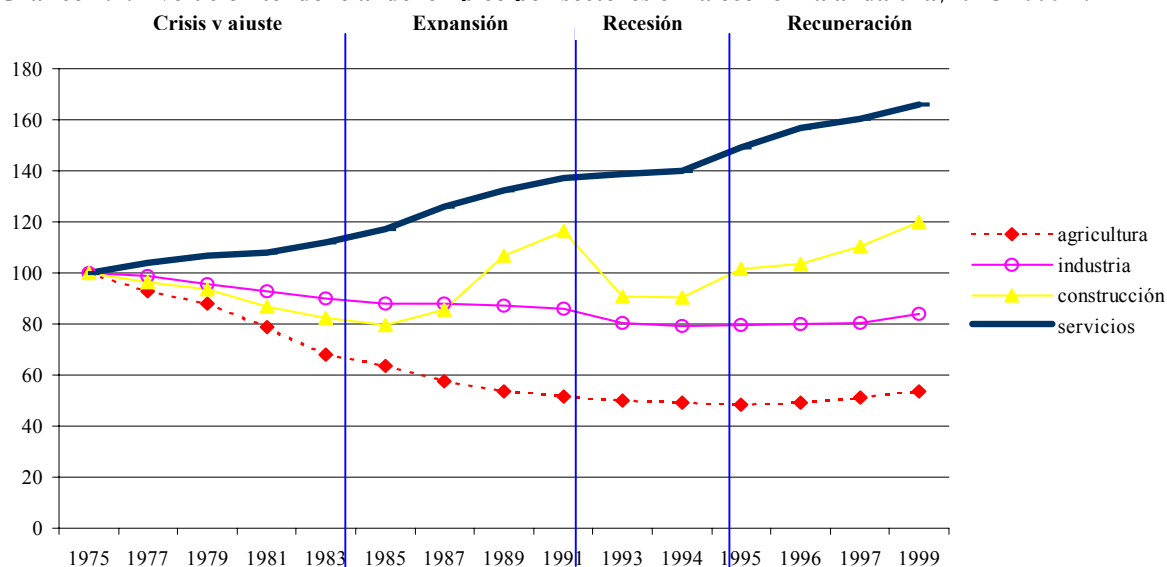
Tabla 4.5: Ocupados por sectores, porcentajes sobre el total, en España y Andalucía.

Año	España				Andalucía			
	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
1955	46,1	18,0	6,5	29,4	55,9	11,5	6,6	26,0
1965	33,9	22,8	8,0	35,3	43,8	14,4	8,2	33,6
1975	23,2	24,4	9,8	42,6	31,1	16,0	9,6	43,3
1985	15,7	23,4	7,5	53,4	21,5	15,3	8,3	55,0
1999	8,1	19,0	9,2	63,6	14,7	11,9	10,1	63,3

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

A pesar del crecimiento prácticamente nulo del empleo total, en los servicios se ha producido un importante proceso de generación de empleo, incluso en los períodos recesivos, de manera que la actividad terciaria es la única que muestra unas tasas de crecimiento del empleo positivas en el período 1975-1999, aunque el comportamiento del empleo en los servicios es distinto según el subperíodo al que se haga referencia.

Gráfico 4.1: Evolución tendencial del empleo por sectores en la economía andaluza, 1975-1999²⁴.



Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

El gráfico 4.1 muestra la dispar evolución que ha seguido el empleo andaluz por sectores durante el período 1975-1999. Hemos tomado los datos correspondientes al año 1975 como base del índice. Se ve claramente la línea ascendente seguida por los

²⁴ A la hora de hacer comparaciones entre los datos de empleo anteriores y posteriores a los ochenta, hay que tener en cuenta que ha habido un cambio metodológico que afecta al dato que se está tomando en cada caso. Así, hasta los ochenta las cifras de empleo se refieren al número de puestos de trabajo con independencia de su duración, concepto que difiere del de población ocupada.

Servicios, contrastando con la continua caída de la ocupación en la Agricultura. La ocupación en la Industria también retrocede, y la evolución de la ocupación en la Construcción muestra una trayectoria llena de altibajos, claramente ligada al ciclo económico.

Ahora bien, como hemos comentado, esta tendencia creciente de los Servicios presenta variaciones en los distintos subperíodos que se pueden considerar. Como podemos apreciar en el gráfico 4.1, durante el período 1975-1984 –período de “crisis y ajuste”–, los Servicios aumentan su peso en la distribución sectorial del empleo, debido fundamentalmente a la pérdida de empleo en la Agricultura y la Industria, ya que su evolución es prácticamente constante. En este período, los Servicios que crecen realmente son los públicos, compensando la caída del empleo en los servicios privados.

En el siguiente período, 1985-1991, de “expansión”, es cuando los Servicios crecen más, ralentizándose este crecimiento en el período de “recesión”, en que el empleo en los Servicios disminuye levemente en términos absolutos, aunque su participación en el empleo total sigue aumentando y su evolución sigue siendo creciente. A partir de 1995, se inicia la “recuperación” en el empleo total y principalmente en los Servicios.

Podemos decir que en la distribución del empleo por sectores la composición de la economía andaluza presenta una situación diferente a la nacional, con una superior participación del Sector Primario –14’7% en Andalucía frente al 8’1% en España en 1999 según los datos del BBV–, una muy similar de los Servicios –63’3% en Andalucía y 63’6% en España– y una muy inferior participación del Sector Industrial –11’9% andaluz y 19’0% nacional–. En la siguiente tabla se puede observar la participación del empleo en los distintos sectores en Andalucía sobre el total nacional.

Tabla 4.6: Ocupados por sectores en % en Andalucía sobre España

Año	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Empleo total
1955	20,6	10,8	17,1	15,0	17,0
1965	20,2	9,9	16,0	14,8	15,6
1975	19,2	9,4	14,0	14,5	14,3
1985	19,1	9,1	15,5	14,4	14,0
1999	26,2	9,1	15,9	14,4	14,5

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

La participación del empleo total andaluz sobre el nacional disminuye en 3 puntos porcentuales desde 1955 a 1983, se estanca hasta 1987 y comienza a crecer lentamente, aumentando en casi un punto porcentual en esta última década. Por sectores, la Agricultura, a pesar del importante descenso que se produce en la ocupación en este sector, ve aumentar significativamente su peso sobre el total nacional, mientras que la Industria disminuye hasta 1991 y se estanca a partir de ahí. Los Servicios mantienen su participación en el total nacional, con un descenso muy leve.

Es decir, la economía andaluza pasó de un fuerte proceso de desagrarización e incipiente industrialización, a un período de aguda y profunda crisis, para posteriormente iniciar, ya en los ochenta, una etapa de fuerte ajuste económico seguida de una apreciable recuperación económica. En este contexto general, el Sector Servicios andaluz ha jugado, según la opinión de algunos autores (González, 1994), el importante papel de suavizar, sobre todo en materia de empleo, los efectos más negativos de la

crisis y posterior ajuste, a pesar del relativo subdesarrollo de los Servicios Avanzados en nuestra economía.

Siguiendo a González (1994), podemos decir que las perspectivas de crecimiento y desarrollo de los servicios en Andalucía vendrán definidas por los factores que han actuado en el pasado y, sobre todo, aquéllos que influyen en la actualidad, o que pueden hacerlo en el futuro: la demanda y la oferta de servicios. Desde el punto de vista de la demanda, hay que tener en cuenta la evolución esperada en el consumo de servicios por parte de las familias, las empresas y las Administraciones Públicas. Por el lado de la oferta, se ha de considerar la dimensión de las unidades de servicios, el coste y las condiciones de trabajo en el sector, el posible impacto de la desreglamentación y la incidencia de las Nuevas Tecnologías.

Resumiendo, a partir de los datos contenidos en la tabla 4.4 podemos indicar algunas características del Sector Servicios en Andalucía:

1. Su productividad media está por debajo de la que se observa para este mismo sector en Cataluña y en el País Vasco, así como por debajo de la media española. Esta situación se mantiene a lo largo de todo el período considerado.
2. Las actividades de servicios que se sitúan en Andalucía por encima de la media del sector en 1991 (280,9) son Otros servicios para venta –donde se incluye un conjunto heterogéneo de actividades no consideradas en el resto de epígrafes-, Transporte y comunicaciones y, principalmente, Crédito y seguros. Pero en Crédito y seguros, como ya puso de manifiesto Delgado (1981), “*existe un alto grado de monopolio a nivel nacional ejercido por el capital central, que domina y controla prácticamente la totalidad de la red bancaria española*”.
3. Los Servicios comerciales representan, desde el punto de vista del empleo y del valor añadido, la actividad más importante del sector servicios en Andalucía²⁵, así como en las regiones del “centro”, sin embargo su productividad es bastante inferior en nuestra región que en las centrales.

4.2.1- La producción terciaria andaluza.

En los Servicios encontramos importantes dificultades a la hora de apreciar el resultado de la actividad productiva, es decir, el servicio prestado, al no poderse medir ésta en términos físicos. Además de los problemas metodológicos para tratar la información existente, el principal problema es el de la insuficiencia de datos estadísticos. Debido a la gran heterogeneidad de las diversas ramas de actividad en las que se divide el sector, la información existente es muy variopinta y está totalmente dispersa.

Sobre la base de los datos aportados en la tabla 4.7, podemos afirmar que el VAB de los Servicios ha seguido una línea claramente ascendente, incrementando su participación en el VAB al coste de los factores en pesetas corrientes entre 1955 y 1999 en unos 24 puntos²⁶ –del 42’5% de 1955 al 66’0% de 1999 en España y al 66’7% en Andalucía–.

²⁵ En el caso de Andalucía esto es cierto si consideramos sólo los Servicios a la venta, pues los Servicios públicos se sitúan por delante de los Servicios comerciales.

²⁶ Este crecimiento se hace especialmente significativo a partir de 1975, de manera que en estos últimos 25 años el VAB en los Servicios en Andalucía ha crecido algo más de 15 puntos porcentuales.

En el mismo período la Agricultura cae en Andalucía algo más de 18 puntos –del 28’8% al 10’3%– y la Industria en 8 puntos –situándose siempre por debajo del nivel nacional, y pasando del 21’5% de 1955 al 13’4% de 1999–. La Construcción va siguiendo las oscilaciones del ciclo económico.

Tabla 4.7: Evolución del VAB cf en pesetas corrientes por sectores en % sobre el total.

Año	España				Andalucía			
	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
1955	20,4	30,7	6,3	42,5	28,8	21,5	7,2	42,5
1965	16,2	31,3	7,6	44,9	24,5	20,8	8,5	46,1
1975	9,4	30,1	10,3	50,1	16,3	20,7	11,4	51,5
1985	6,5	27,8	6,7	59,0	13,0	18,8	8,0	60,2
1999	4,6	21,0	8,4	66,0	10,3	13,4	9,7	66,7

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Hay que señalar que al utilizar valores en pesetas corrientes, las variaciones en la participación de los distintos sectores reflejan, junto al distinto crecimiento real de cada sector, el comportamiento de los precios en los distintos sectores, que en el caso de los Servicios, como comentamos en el capítulo 1, suelen afectar a las conclusiones.

En la tabla 4.8 se muestran los datos de la evolución del VAB, pero en esta ocasión en pesetas constantes de 1986. En este caso el VAB en los Servicios ha visto reducida su participación porcentual hasta 1977, año en que se sitúa algo más de 4 puntos por debajo del nivel de 1955. A partir de este año la participación del VAB de los Servicios empieza a crecer hasta 1995, pasando de 56’0% a 62’6% (es decir, un aumento de 6’6 puntos, la mitad que en el caso anterior en que se medía en pesetas corrientes). A partir de 1995 la participación porcentual del VAB de los Servicios retrocede nuevamente.

Tabla 4.8: Evolución del VAB cf en pesetas constantes por sectores en % sobre el total.

Año	España				Andalucía			
	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
1955	10,0	13,6	6,3	62,4	18,2	11,7	9,4	60,7
1965	10,8	23,8	8,8	56,6	16,9	15,0	10,4	57,6
1975	6,9	28,3	9,9	54,8	11,8	19,6	11,8	56,9
1985	6,7	28,0	6,4	58,8	13,3	19,0	7,7	60,0
1999	5,7	25,4	7,7	61,2	14,2	16,1	8,4	61,3

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Al tomar los datos en pesetas constantes, es la Industria la que más aumenta el valor de su VAB, siendo ahora significativamente menor el aumento del VAB en los Servicios. Esto viene a apoyar lo que comentamos en el capítulo 1 acerca del mayor crecimiento del precio de los Servicios, pues el crecimiento de su VAB en pesetas corrientes se sitúa claramente por encima del de la Industria, mientras que en pesetas constantes ocurre justamente lo contrario.

Si calculamos la participación del VAB al coste de los factores de Andalucía sobre el total nacional, ésta ha ido descendiendo, tanto en pesetas corrientes como en constantes, para el total hasta 1977, año en el que se estabiliza alrededor del 12’5% y comienza nuevamente a crecer lentamente desde principios de los noventa. La participación de los

Servicios es aproximadamente la misma que la del VAB total²⁷, mientras que es mayor la de la Agricultura –que en 1999 representa el 27'5% del total nacional en pesetas corrientes y el 30'8% en pesetas constantes- y menor la de la Industria.

4.2.2- El empleo en los Servicios en Andalucía.

Una vez comentado el proceso de terciarización de la economía andaluza sería conveniente analizar la configuración interna del Sector Servicios en dicha economía, para poder determinar si dicha terciarización ha conformado un Sector Servicios basado en las ramas más dinámicas y con perspectivas de crecimiento, o en aquellas más tradicionales con limitadas posibilidades de expansión. Vamos a detenernos en este apartado en la observación de algunas de las principales características que definen el empleo en este sector en Andalucía.

Las actividades de Servicios, en buena medida, han desempeñado un importante papel como “refugio²⁸” de la mano de obra expulsada de otros sectores económicos, principalmente desde la Agricultura. Este hecho ya fue puesto de manifiesto por Delgado (1981) para las décadas de los sesenta y setenta, y se ha seguido manteniendo en la de los ochenta y noventa. Seguidamente vamos a analizar las características del empleo en el Sector Servicios²⁹ en esta región para comprender cuál es la situación que se esconde debajo de las cifras más generales de los porcentajes de empleo en el sector.

El empleo en los Servicios en Andalucía presenta una serie de rasgos similares a los del total nacional, aunque con ciertas peculiaridades, y que desde el punto de vista agregado lo diferencian de los otros sectores de actividad. Así, si distinguimos entre Agricultura, Industria, Construcción y Servicios, analizando la situación en los años 1981 y 1998 según los datos de la EPA, tal como se recoge en la tabla 4.9, podemos decir que el empleo en los Servicios:

- Tiene la mayor tasa de feminización³⁰ del empleo, al ser la presencia de mujeres en este sector aproximadamente el doble que en la Agricultura y que en la Industria y más de 10 veces superior que en la Construcción. Además la tendencia a la feminización es creciente tanto en Andalucía –el porcentaje ha crecido en casi 7

²⁷ Es decir, que a pesar de que el Sector Servicios se sitúa a la cabeza de la clasificación sectorial, habría que matizar la afirmación de la especialización andaluza en este sector, sobre todo en algunas ramas. Así, por ejemplo, las actividades de “Hostelería y restauración” –a través de las cuales se suele medir el turismo-, representan el 15'4% de la producción nacional. Si para que se considere que la economía andaluza se especializa en turismo, esta actividad debe representar algo más del 18% del nacional, podemos concluir que Andalucía no se puede catalogar como una economía turística (Delgado, 2002).

²⁸ Este papel de “refugio” del Sector Servicios viene explicado, en parte, por la todavía importante protección y regulación de sus mercados en comparación con los de los bienes, y por la relativamente menor incorporación de capital.

²⁹ Teniendo en cuenta que, dado que los datos procedentes de las fuentes estadísticas oficiales consideran como empleados del Sector Servicios a aquellas personas que trabajan en empresas catalogadas como empresas de servicios, aunque el trabajo que desarrollen no sea un empleo terciario, y no contabilizan los empleos terciarios que tienen lugar en empresas catalogadas como agrarias o industriales, nos estamos refiriendo a los empleos en el Sector Servicios y no a los empleos terciarios en general.

³⁰ Hay diversos trabajos que estudian las consecuencias del trabajo femenino para las pautas de consumo de las familias, poniéndose el énfasis, recientemente, en categorías de gasto propias del Sector Servicios. Véanse los trabajos de Lázaro y Moltó (1997), Mañas (1997) y Mañas, Gabaldón y Gallardo (2000).

puntos de 1981 a 1998- como en España –donde ha crecido algo más de 8 puntos-, situándose Andalucía 5 puntos por debajo de lo que este porcentaje representa en el ámbito nacional.

Esta mayor feminización del empleo en el caso del Sector Servicios está relacionada con el aumento de la precariedad en el mismo. Se argumenta que el aumento del empleo a tiempo parcial, modalidad de contrato ampliamente utilizada para el empleo terciario femenino, es una ventaja para la mujer, en el sentido de que de esta forma puede compatibilizar las tareas del hogar con un trabajo remunerado. Pero realmente, en cierta medida no sería más que un incremento de la precariedad en el empleo en beneficio, principalmente, de la propia organización empresarial y de algunos intereses políticos y económicos más o menos encubiertos³¹.

Tabla 4.9: Características laborales en Andalucía y España por sectores, 1981 y 1998.

Sector	ANDALUCÍA				ESPAÑA			
	% Mujeres		% Asalariados		% Mujeres		% Asalariados	
	1981	1998	1981	1998	1981	1998	1981	1998
Agricultura	10,6	22,4	56,8	63,6	26,6	25,4	27,7	38,1
Industria	18,0	18,3	85,5	84,8	20,6	21,9	89,4	87,7
Construcción	2,1	3,3	87,1	85,1	2,2	3,6	79,7	77,7
Servicios	34,5	41,4	72,1	77,4	38,2	46,5	72,9	78,3

Fuente: INE, EPA. Elaboración propia.

- Andalucía se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional en el nivel de asalarización del Sector Servicios. Este porcentaje es inferior al de la Industria, tanto a escala regional como nacional, e inferior al de la Construcción en el caso de Andalucía. El porcentaje de asalariados ha aumentado en estos años, lo que lleva a muchos a decir que parece que los procesos de trabajo terciario se “formalizan”, aunque esto habría que analizarlo con más profundidad. Un mayor nivel de asalarización no tiene porqué corresponderse con una “modernización” o con una mejora de la situación laboral en el sector³². De hecho, en ciertos casos esto lleva a un aumento de la precariedad laboral en el sector³³.

Aumenta significativamente el uso del empleo a tiempo parcial tanto en Andalucía como en España, siendo más significativo el aumento en Andalucía, que partiendo de un porcentaje inferior en 1995, alcanza el mismo porcentaje que a escala nacional en 1997.

³¹ Así, para el caso de la actividad comercial, una de las actividades de Servicios que más población activa femenina emplea, el Libro Verde del Comercio nos dice que este sector *"ha sido la principal puerta de acceso a las mujeres al mercado de trabajo. El sector de la distribución ofrece también un elevado número de empleos a jornada parcial. Sin embargo, así como hay muchas mujeres que están dispuestas a aceptar un trabajo a jornada parcial como manera de compaginar el trabajo con las responsabilidades familiares, un tercio de las que trabajan a jornada parcial lo hacen porque no tienen acceso a los empleos de jornada completa que ellas desearían"*.

³² Sería deseable poder separar dentro de los asalariados los pertenecientes al sector privado de los asalariados públicos, para distinguir el aumento debido al empleo público que, según González (1996), desempeña un papel amortiguador anticíclico en épocas recesivas, mientras que el empleo asalariado privado sólo se dinamiza en las fases expansivas, mientras que en las depresivas se ralentiza.

³³ Es el caso, por ejemplo, del aumento de asalariados en las actividades comerciales, que, la mayoría de las veces, es debido a la invasión de las grandes superficies comerciales, en las que abundan los denominados “contratos de trabajo basura”.

Aunque el uso del empleo temporal ha crecido significativamente desde los ochenta a nuestros días, los datos disponibles de 1995 y 1997 muestran un descenso en términos porcentuales³⁴. Como demuestran Cuadrado y otros (1999), los resultados de su estudio sobre el empleo en el Sector Servicios en España inducen a pensar que el modo de organización del trabajo en los Servicios admite un mayor grado de flexibilidad que el modo de organización de otros sectores. Así, aunque la tasa de temporalidad de los Servicios es algo inferior a la agregada, el peso del empleo a tiempo parcial de este sector es el doble del observado en el conjunto del sistema productivo. Rubalcaba (2001), también muestra la mayor facilidad de utilización de este tipo de contratos, así como el trabajo a domicilio, y otras fórmulas de flexibilización laboral, en el caso de los Servicios a las Empresas.

Tabla 4.10: Contratos de trabajo por modalidad de contratación en los Servicios, (Porcentajes).

	ANDALUCÍA		ESPAÑA	
	1995	1997	1995	1997
Fijos	1,9	2,3	3,6	3,5
Temporales	72,8	66,0	68,8	64,6
Tiempo parcial	24,0	29,8	25,7	29,8
Otros	1,3	1,8	1,9	2,1

Fuente: INEM. Estadística de Contratos Registrados.

Las cualificaciones laborales también se han modificado, produciéndose un incremento del nivel de estudios de los ocupados, sobre todo en los Servicios. Si observamos los datos obtenidos a partir del Censo de Población de 1991, vemos cómo el porcentaje de Universitarios es significativamente superior en los Servicios que en el resto de ramas de actividad, situándose este porcentaje en Andalucía ligeramente por encima de la media nacional. En contraposición, el porcentaje de analfabetos es inferior en los Servicios al resto de los sectores, pero ahora el porcentaje para Andalucía es superior a la media nacional. Ahora bien, ya hemos comentado, el Sector Servicios es muy heterogéneo y, concretamente en este caso, en el sector conviven actividades altamente cualificadas –Educación, Investigación y Desarrollo, etc.- con otras en las que se exigen pocas cualificaciones laborales –Servicio doméstico, Servicios personales, etc.-.

Tabla 4.11: Porcentajes de analfabetos y universitarios por sectores, 1991.

	ANDALUCÍA		ESPAÑA	
	Analfabetos	Universitarios	Analfabetos	Universitarios
Agricultura	62,4	1,3	37,8	0,3
Industria	17,0	5,1	10,8	7,3
Construcción	32,9	3,2	21,5	4,3
Servicios	13,9	19,9	8,1	19,5

Fuente: INE. Censo de Población 1991.

Partiendo de la mayor presencia en el sector, tomado en su conjunto, del número de universitarios, este dato hay que ponerlo en su contexto y acudir a la realidad del empleo en este sector. Muchas veces, la presencia de universitarios representa un aumento de situaciones de subempleo, en el sentido de que trabajadores universitarios

³⁴ Cuadrado y otros (1999), para el empleo en el Sector Servicios en España, muestran que la expansión del empleo ha dado lugar a un importante aumento del empleo a tiempo parcial y una verdadera explosión del empleo temporal, aunque este último tipo de contratación empieza a disminuir ligeramente a partir de 1992, lo que quizás explique el descenso aludido en las tasas correspondientes a 1995 y 1997.

realizan funciones por debajo de sus niveles de cualificación –caso de cajeros en bancos y cajas de ahorro, así como en numerosos comercios, que desempeñan funciones de auxiliar administrativo a pesar de sus títulos de economistas, abogados, etc.³⁵.

Tabla 4.12: Asalariados y salarios por sexo y actividad económica en Andalucía. Años 1994 y 1996.
(Asalariados en miles, sueldos y salarios en millones de pesetas, y salario anual por asalariado en miles de pesetas)

	Asalariados			Sueldos y salarios			Salario anual por asalariado		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1994									
Activ. Agrarias, ganaderas y pesqueras	76,0	53,4	129,4	45509	12565	58074	598,6	235,2	448,7
Energía	14,0	1,7	15,7	52107	4214	56321	3714,9	2521,5	3587,9
Industria	181,5	53,6	235,1	369316	55617	424933	2034,6	1036,9	1807,0
Construcción	169,4	11,0	180,4	216557	10523	227080	1278,4	956,1	1258,8
Comercio y reparaciones	174,4	108,9	283,3	270706	91876	362582	1552,3	843,4	1279,7
Hostelería y restauración	59,7	33,8	93,5	64751	26213	90964	1084,2	774,7	972,3
Transporte y comunicaciones	70,4	13,7	84,1	163514	23783	187297	2323,6	1740,3	2228,7
Servicios financieros y seguros	39,6	14,2	53,8	138137	27817	165954	3486,8	1964,0	3085,8
Servicios a las Empresas	46,3	26,1	72,4	64331	21933	86264	1388,4	840,4	1190,9
Servicios inmobiliarios	8,9	4,3	13,2	14092	4943	19035	1582,8	1159,5	1445,7
Alquileres inmobiliarios	8,4	4,3	12,7	11364	2878	14242	1352,2	666,0	1119,1
Enseñanza, sanidad y otros	34,3	49,9	84,2	50985	41423	92408	1487,8	830,9	1098,5
No clasificados	7,0	4,2	11,2	6542	1602	8144	940,6	382,9	731,1
Servicios no destinados a la venta	325,2	237,7	562,9	757188	489920	1247108	2328,7	2061,5	2215,9
1996									
Activ. Agrarias, ganaderas y pesqueras	94,7	70,9	165,6	55065	14699	69764	581,2	207,4	421,2
Energía	16,9	3,8	20,7	61182	5142	66324	3610,9	1352,0	3196,8
Industria	185,5	58,0	243,5	396098	61333	457431	2134,9	1057,8	1878,4
Construcción	186,3	12,7	199,0	255527	12540	268067	1371,5	991,0	1347,3
Comercio y reparaciones	195,5	127,3	322,8	311270	109818	421088	1592,5	862,7	1304,6
Hostelería y restauración	66,3	40,1	106,4	74010	31571	105581	1116,1	787,7	992,4
Transporte y comunicaciones	75,9	16,5	92,4	184669	27793	212462	2434,5	1686,4	2300,9
Servicios financieros y seguros	42,1	15,2	57,3	157460	33209	190669	3736,8	2187,6	3326,5
Servicios a las Empresas	59,5	37,9	97,4	84013	30426	114439	1411,8	803,1	1175,0
Servicios inmobiliarios	10,5	5,5	16,0	16768	6420	23188	1597,5	1174,8	1452,8
Alquileres inmobiliarios	8,9	5,8	14,7	9450	3298	12748	1057,3	567,9	864,6
Enseñanza, sanidad y otros	47,4	60,9	108,3	66464	50877	117341	1403,4	834,9	1083,5
No clasificados	14,0	10,4	24,4	13531	4002	17533	963,4	383,9	716,5
Servicios no destinados a la venta	339,5	269,6	609,1	859748	569525	1429273	2532,1	2112,4	2346,3

Fuente: Agencia Tributaria - Instituto de Estudios Fiscales. Empleo, Salarios y Pensiones en las Fuentes Tributarias. Tomado del IEA, *El Mercado de Trabajo en Andalucía*.

En todas las actividades de Servicios, excepto en Enseñanza, sanidad y otros, el número de hombres asalariados es visiblemente superior al de mujeres. De 1994 a 1996, el mayor incremento porcentual de mujeres asalariadas en los Servicios se produjo en los Servicios a Empresas, con un 45'2% frente al aumento masculino del 28'5%.

³⁵ Esta situación se repite con frecuencia en el Sector de Seguros y en Comercio, donde para vender ciertos bienes o servicios, se utiliza a recién licenciados. Algo parecido hemos observado en el estudio realizado sobre el sector de "Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía", en el que, como veremos en el próximo capítulo, en muchos de los casos, las funciones de administrativo/a, contable, etc., la desempeñan titulados universitarios.

En todas las actividades de Servicios el salario anual por asalariado es sensiblemente menor para las mujeres que para los hombres, destacando Alquileres inmobiliarios con una diferencia de más del doble, o Comercio y reparaciones, Servicios financieros y seguros, Servicios a las Empresas y Enseñanza, sanidad y otros, con salarios en los hombres que casi duplican al de las mujeres. Estas diferencias se acentúan en 1996 con respecto a 1994, para Transporte y comunicaciones y Servicios a las Empresas, al aumentar el salario anual por asalariado para los hombres, y disminuir para las mujeres.

La tendencia ascendente del empleo en los Servicios no se comporta de la misma manera en las distintas actividades de Servicios. Como indican Zurbano y Guenaga (1999) en el estudio que realizan del empleo en el País Vasco, los factores que inducen el crecimiento de los Servicios afectan de diferente forma, sentido e intensidad a las distintas ramas debido a su heterogeneidad, siendo también diferente el grado de regulación y liberalización de los mercados según las actividades.

De la observación de las tablas 4.13 y 4.14, que presentan la evolución del empleo en las ramas de Servicios en Andalucía y en España, y la contribución de cada una de éstas al crecimiento del empleo total de los Servicios en cada período, podemos concluir:

- La variación porcentual del empleo total en los Servicios para el total del período (1961-1995) ha sido positiva y ligeramente inferior en Andalucía que en España, siendo únicamente superior en Andalucía en el período 1973-1987. Sin embargo existen diferencias según las ramas de Servicios.
- La rama de Servicios públicos es la que ha experimentado un mayor crecimiento en el empleo para el total del período considerado, no sólo en el número total de empleados, sino también en su participación relativa en el empleo en los Servicios, tanto en Andalucía como en España. Esta rama es la que representa el mayor porcentaje de empleo sobre el total de los Servicios, siendo la participación del empleo en esta rama superior en Andalucía que en la media española.
- La segunda rama que ha experimentado una mayor variación porcentual en el empleo en los Servicios en Andalucía ha sido la de Servicios financieros y seguros, aumentando también su participación porcentual en el empleo total de los Servicios. Sin embargo, ésta es todavía una de las ramas de Servicios cuyo porcentaje de empleo es de los más bajos, algo inferior en Andalucía que en la media española.
- La siguiente rama en el aumento de su variación porcentual es la de Servicios comerciales, con un aumento algo superior en Andalucía que en la media española, debido al aumento en los primeros períodos considerados, el cual se va ralentizando en los últimos. La participación en el empleo total en los Servicios se mantiene prácticamente en el mismo nivel, sin grandes diferencias entre Andalucía y España.
- La rama de Otros servicios para la venta es la tercera según su variación porcentual en el empleo en los Servicios en España; sin embargo su aumento en Andalucía ha sido significativamente menor, siendo también menor su participación porcentual en el empleo total en los Servicios en Andalucía.
- La única rama que presenta variaciones negativas es la de Alquiler de Inmuebles, disminuyendo también su participación relativa en el empleo total en los Servicios, que es prácticamente insignificante al final del período.

Tabla 4.13: Variaciones en el empleo en los Servicios en Andalucía.

	1961		1973		1987		1995	
	Nº personas	%	Nº personas	%	Nº personas	%	Nº personas	%
Recuperación y Reparaciones	37.324	6,2	38.793	4,9	45.691	4,4	46.638	4,0
Servicios Comerciales	124.278	20,7	200.832	25,4	250.510	24,2	262.073	22,4
Hostelería y Restaurantes	75.782	12,6	95.026	12,0	118.307	11,4	146.215	12,5
Transporte y Comunicaciones	74.181	12,4	97.074	12,3	93.504	9,0	98.529	8,4
Crédito y Seguros	13.296	2,2	25.524	3,2	35.255	3,4	39.321	3,4
Alquiler Inmuebles	2.941	0,5	2.068	0,3	1.100	0,1	963	0,1
Enseñanza y Sanidad (Privada)	25.317	4,2	32.868	4,2	38.892	3,8	43.553	3,7
Otros Servicios para Venta	64.583	10,8	76.665	9,7	96.939	9,3	105.120	9,0
Servicio Doméstico	85.745	14,3	68.786	8,7	70.303	6,8	91.778	7,8
Servicios Públicos	97.259	16,2	154.024	19,5	286.994	27,7	338.129	28,8
TOTAL SERVICIOS	600.706	100	791.660	100	1.037.495	100	1.171.319	100

Variación porcentual

	1961-1973	1973-1987	1987-1995	1961-1995
Recuperación y Reparaciones	3,9	17,8	2,1	20,0
Servicios Comerciales	61,6	24,7	4,6	52,6
Hostelería y Restaurantes	25,4	24,5	23,6	48,2
Transporte y Comunicaciones	30,9	-3,7	5,4	24,7
Crédito y Seguros	92,0	38,1	11,5	66,2
Alquiler Inmuebles	-29,7	-46,8	-12,5	-205,4
Enseñanza y Sanidad (Privada)	29,8	18,3	12,0	41,9
Otros Servicios para Venta	18,7	26,4	8,4	38,6
Servicio Doméstico	-19,8	2,2	30,6	6,6
Servicios Públicos	58,4	86,3	17,8	71,2
TOTAL SERVICIOS	31,79	31,1	13,0	48,8

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Tabla 4.14: Variaciones en el empleo en los Servicios en España.

	1961		1973		1987		1995	
	Nº personas	%	Nº personas	%	Nº personas	%	Nº personas	%
Recuperación y Reparaciones	223.201	5,6	256.355	4,7	294.596	4,2	303.962	3,7
Servicios Comerciales	908.486	22,7	1.427.699	26,2	1.743.878	24,7	1.829.627	22,2
Hostelería y Restaurantes	457.894	11,4	631.602	11,6	778.739	11,0	950.895	11,5
Transporte y Comunicaciones	550.443	13,7	706.353	13,0	725.024	10,3	769.377	9,3
Crédito y Seguros	133.704	3,3	245.399	4,5	324.962	4,6	344.022	4,2
Alquiler Inmuebles	40.089	1,0	25.413	0,5	10.605	0,2	9.481	0,1
Enseñanza y Sanidad (Privada)	176.854	4,4	235.687	4,3	314.850	4,5	341.020	4,1
Otros Servicios para Venta	417.426	10,4	566.671	10,4	740.971	10,5	1.041.362	12,6
Servicio Doméstico	520.724	13,0	442.422	8,1	443.215	6,3	565.085	6,9
Servicios Públicos	582.357	14,5	906.252	16,7	1.694.236	24,0	2.089.789	25,4
TOTAL SERVICIOS	4.011.178	100	5.443.853	100	7.071.076	100	8.244.620	100

Variación porcentual

	1961-1973	1973-1987	1987-1995	1961-1995
Recuperación y Reparaciones	14,9	14,9	3,2	26,6
Servicios Comerciales	57,2	22,2	4,9	50,4
Hostelería y Restaurantes	37,9	23,3	22,1	51,9
Transporte y Comunicaciones	28,3	2,6	6,1	28,5
Crédito y Seguros	83,5	32,4	5,9	61,1
Alquiler Inmuebles	-36,6	-58,3	-10,6	-322,8
Enseñanza y Sanidad (Privada)	33,3	33,6	8,3	48,1
Otros Servicios para Venta	35,8	30,8	40,5	59,9
Servicio Doméstico	-15,0	0,2	27,5	7,9
Servicios Públicos	55,6	87,0	23,4	72,1
TOTAL SERVICIOS	35,7	29,9	16,6	51,4

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Como ya demostraron Cuadrado y otros (1999), en España las ramas que han demostrado un mayor crecimiento del empleo son los Servicios públicos y Otros

servicios a la venta³⁶, dentro de los que se incluyen los Servicios a las Empresas. Este mismo resultado ha sido comprobado en el País Vasco por Zurbano y Guenaga (1999). Sin embargo, en Andalucía sólo se cumple la primera parte, es decir, también son los Servicios públicos los que más crecen. Pero los Otros servicios a la venta se sitúan detrás del crecimiento de Servicios financieros, Servicios comerciales, Enseñanza y Sanidad privada, y Hostelería.

La contribución por ramas al empleo de los Servicios se ha visto alterada como consecuencia de las citadas variaciones. Tanto en España como en Andalucía las dos primeras posiciones se intercambian entre Servicios comerciales –la primera en Andalucía hasta finales de los ochenta y en España hasta principios de los noventa– y Servicios públicos. La primera mantiene prácticamente su porcentaje en poco más del 20%, mientras que la segunda lo aumenta considerablemente, pasando del 16’2% al 28’9% en Andalucía y del 14’5% al 25’4% en España entre 1961 y 1995. Otros servicios a la venta aumentan en España del 10’4% al 12’6%, mientras que en Andalucía disminuyen del 10’8% al 9’0%.

Tabla 4.15: Índices de especialización por ramas de actividad en Andalucía, 1961-1995

	1961	1967	1973	1981	1987	1995
Agricultura y Silvicultura	1,25	1,27	1,33	1,40	1,32	1,73
Pesca Marítima	1,60	1,50	1,37	1,47	1,50	1,29
Agricultura y Pesca	1,26	1,28	1,33	1,41	1,33	1,69
Productos Energéticos y Agua	0,46	0,53	0,59	0,61	0,65	0,74
Minerales y Metales	0,86	0,70	0,56	0,60	0,70	0,60
Minerales y Productos No Metálicos	0,75	0,78	0,87	0,82	0,81	0,81
Productos Químicos	0,46	0,48	0,55	0,59	0,61	0,53
Productos Metálicos y Maquinaria	0,25	0,30	0,36	0,39	0,40	0,41
Material de Transporte	1,06	0,89	0,75	0,77	0,77	0,73
P. Alimenticios, Bebidas y Tabaco	1,35	1,35	1,34	1,20	1,15	1,10
Textiles, Cuero y Calzado	0,38	0,44	0,49	0,50	0,50	0,50
Papel, Art. de Papel e Impresión	0,35	0,39	0,45	0,45	0,44	0,45
Madera, Corcho y Muebles Madera	0,64	0,63	0,61	0,58	0,63	0,72
Caucho, Plástico y Otras Manufacturas	0,28	0,29	0,29	0,39	0,41	0,43
Construcción e ingeniería	0,98	1,03	1,03	1,13	1,12	1,06
Total industria sin construcción	0,63	0,64	0,65	0,64	0,65	0,64
Industria	0,72	0,75	0,76	0,76	0,77	0,77
Servicios destinados a la venta	0,91	0,94	0,96	0,97	0,99	0,96
Recuperación y Reparaciones.	1,04	1,03	1,04	1,06	1,10	1,08
Servicios Comerciales	0,85	0,92	0,96	1,01	1,02	1,01
Hostelería y Restaurantes	1,03	0,99	1,03	1,05	1,08	1,08
Transporte y Comunicaciones	0,84	0,90	0,94	0,88	0,92	0,90
Crédito y Seguros	0,62	0,70	0,71	0,77	0,77	0,81
Alquiler Inmuebles	0,46	0,48	0,56	0,75	0,74	0,72
Enseñanza y Sanidad (Privada)	0,89	0,93	0,95	0,91	0,88	0,90
Otros Servicios para Venta	0,96	0,96	0,93	0,93	0,93	0,71
Servicio Doméstico	1,02	1,05	1,06	1,10	1,13	1,15
Servicios Públicos	1,04	1,16	1,16	1,13	1,21	1,14
TOTAL SERVICIOS	0,93	0,97	0,99	1,01	1,04	1,00

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Ya vimos en el capítulo anterior que la especialización del empleo en las actividades de Servicios en Andalucía era distinta a la de otras regiones españolas denominadas “desarrolladas”, como por ejemplo Cataluña. Andalucía se ha caracterizado, como hemos comentado, por una especialización en las actividades primarias, y en las últimas

³⁶ Comportamiento subsectorial similar al de la mayoría de países del entorno europeo y occidental (Cuadrado y otros, 1999).

décadas, por una especialización terciaria ante la falta de especialización industrial. En la tabla 4.15 se presentan los índices de especialización en las distintas ramas de actividad en Andalucía en los años anteriormente considerados (de 1961 a 1995).

En todo el período de estudio la especialización productiva andaluza se encuentra en las actividades del Sector Primario, especialización que es creciente, siendo mayor en los noventa que en las décadas anteriores. En las actividades manufactureras, Andalucía sólo presenta especialización en las relacionadas con el Sector Agroalimentario (Productos alimenticios, bebidas y tabaco), aunque ésta decrece a lo largo del período considerado. También existe una leve especialización en las actividades de Construcción.

Por último, la especialización en el Sector Servicios, que no es muy elevada, se produce gracias a la especialización en los Servicios públicos, pues en los Servicios destinados a la venta el índice es ligeramente inferior a 1. Dentro de los servicios a la venta, los que presentan índices superiores a 1 son Recuperación y reparaciones y Servicios domésticos, que aumentan su especialización, y Hostelería y restauración, que la mantiene prácticamente igual. Servicios comerciales se sitúan por encima del 1 a partir de los ochenta. Aumenta la especialización en Crédito y seguros y Alquiler de inmuebles, pero sin estar cerca del 1. Sin embargo, disminuye la especialización en Otros servicios a la venta, dentro de los que se encuentran los Servicios a las Empresas.

4.2.3.- Distribución territorial de los Servicios en Andalucía.

La economía andaluza, tanto en términos de empleo como de producción, ha experimentado un importante avance del Sector Servicios, que ha pasado a consolidarse como primer sector económico tanto a escala regional como provincial. Sin embargo, si descendemos al ámbito provincial observamos diferencias significativas en sus niveles de terciarización como veremos a continuación.

A) Estructura y distribución territorial de la producción en los Servicios en Andalucía.

Ya hemos hecho referencia anteriormente a la dificultad de medir la producción en los Servicios. Sin embargo, consideramos de interés hacer referencia a las diferencias apreciadas en la distribución territorial de la producción de este sector, aunque haciendo hincapié en las necesarias cautelas en la interpretación de los datos.

Utilizando los datos de la estructura porcentual del Valor Añadido Bruto al coste de los factores, que aparecen en la tabla 4.16, podemos decir que la economía andaluza ha registrado un importante avance de los Servicios, que se ha consolidado como primer sector económico, tanto a escala regional como en cada una de las provincias, aunque el grado de terciarización varía entre las ocho provincias y entre éstas y los ámbitos regional y nacional.

Para el caso de la producción, la provincia más terciarizada con diferencia del resto es Málaga –que concentra un 75'8% de su VAB en los Servicios-, seguida de Sevilla y Granada, todas ellas con valores por encima de la media andaluza. Todas las provincias tienen porcentajes superiores al 55% del VAB en los Servicios, y menos Almería,

Huelva y Jaén, las otras cinco provincias poseen valores superiores al 60%. Pero existen diferencias entre las provincias con respecto a las distintas ramas de Servicios.

Tabla 4.16: Estructura sectorial del VAB c.f. por provincias, 1999 (Porcentajes)

	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
Almería	23,9	9,1	9,0	58,0
Cádiz	7,7	17,9	8,0	66,4
Córdoba	13,9	15,6	9,9	60,7
Granada	9,7	10,2	11,1	69,0
Huelva	14,1	18,3	10,4	57,3
Jaén	18,8	16,2	9,1	55,9
Málaga	5,3	8,0	10,9	75,8
Sevilla	5,9	14,9	9,1	70,1
Andalucía	10,3	13,4	9,7	66,7
España	4,6	21,0	8,4	66,0

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Las mayores proporciones del VAB terciario andaluz se concentra principalmente en las ocho provincias en las ramas de Servicios públicos y Servicios comerciales, seguidas de Hostelería y restaurantes. Esta estructura se mantiene en todas las provincias, con la única excepción de Málaga, que es la que presenta una menor proporción en Servicios públicos, ocupando la primera posición Hostelería y restaurantes. Málaga es la provincia que concentra mayor porcentaje en Hostelería y restaurantes, y es la que posibilita que Andalucía se sitúe por encima de la media nacional. Sevilla es la que posee el mayor porcentaje de las provincias andaluzas en Otros servicios para la venta.

Tabla 4.17: Distribución porcentual del VAB por ramas de Servicios en las provincias andaluzas, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Almería	6,4	9,6	6,2	8,5	8,4	7,1	6,6	5,3	5,0	6,5
Cádiz	15,2	14,3	10,8	14,8	12,8	14,5	11,1	13,0	12,6	18,5
Córdoba	10,6	9,7	5,0	8,8	8,8	9,3	8,5	8,2	8,1	12,0
Granada	11,3	9,9	7,7	10,4	11,0	10,0	12,2	8,2	10,8	12,1
Huelva	6,3	6,3	4,5	5,7	5,3	6,5	5,8	5,7	4,8	5,7
Jaen	8,3	6,9	4,1	7,1	6,1	7,8	6,8	5,5	5,8	8,3
Málaga	18,5	20,0	44,1	20,3	22,1	22,5	23,4	22,4	19,2	13,8
Sevilla	23,3	23,4	17,5	24,5	25,6	22,4	25,6	31,6	33,7	23,2
ANDALUCÍA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. Recuperación y reparación | 6. Alquiler de inmuebles |
| 2. Servicios comerciales | 7. Enseñanza y sanidad privadas |
| 3. Hostelería y restaurantes | 8. Otros servicios a la venta |
| 4. Transporte y comunicaciones | 9. Servicio doméstico |
| 5. Crédito y seguros | 10. Servicios públicos |

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

En la tabla 4.17 podemos ver cuánto representa cada rama en cada provincia sobre el total regional. En esta ocasión, Sevilla ocupa la primera posición para todas las ramas, excepto para Hostelería y restaurantes en la que Málaga le supera ampliamente, y para Alquileres, en la que ambas provincias representan porcentajes similares. Seguidamente se situaría Málaga, excepto para Servicios públicos, en la que Cádiz ocupa la segunda

posición. Cádiz ocuparía la tercera en todas las demás ramas, excepto en Enseñanza y sanidad privadas, en la que le adelanta Granada. Las últimas posiciones, las ocupan Almería, Huelva y Jaén.

Del análisis de la distribución provincial del VAB en las actividades de Servicios en Andalucía, podemos concluir que todas las provincias muestran una marcada concentración del mismo en los Servicios públicos –excepto Málaga- y en los Servicios comerciales, en equivalencia con lo observado a escala regional. Sin embargo, la especialización andaluza en Hostelería y restauración se debe fundamentalmente al peso de esta actividad en la provincia de Málaga.

B) Estructura y distribución territorial del empleo en los Servicios en Andalucía.

Hemos comentado que a lo largo de estas últimas décadas se ha producido conjuntamente la terciarización y la desagrarización del empleo en la región andaluza. Las pautas sectoriales señaladas se confirman, y en ciertos casos incluso se acrecientan, cuando el análisis se realiza a escala provincial, tal como se muestra en la tabla 4.18.

Podemos observar que las estructuras sectoriales del empleo por provincias presentan apreciables contrastes entre ellas y con respecto a lo que sucede en el ámbito nacional. Así, junto a estructuras muy terciarizadas, como es el caso de Málaga –con un porcentaje de empleo terciario del 72’6% frente al 63’6% nacional-, en otras provincias la Agricultura posee todavía un peso muy elevado, como en Almería (25’2%), en Jaén (20’3%), Huelva (20’2%) y Córdoba (17’4%), todas con niveles de empleo en los Servicios por debajo de la media nacional.

El peso del empleo agrario es superior a la media nacional del 8’1% en todas las provincias andaluzas, mientras que el empleo industrial no alcanza el valor nacional, ni en el ámbito regional ni en alguna de las provincias. Las ocho provincias andaluzas, aunque con las diferencias mencionadas, presentan porcentajes de empleo en el Sector Servicios superiores al 50%, siendo superior a la media regional y nacional en Cádiz, Málaga y Sevilla.

Tabla 4.18: Estructura sectorial del empleo por provincias, 1999 (Porcentajes)

	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
Almería	25,2	7,7	9,2	57,9
Cádiz	13,0	13,9	9,3	63,8
Córdoba	17,4	14,7	10,5	57,4
Granada	15,2	9,2	12,6	63,1
Huelva	20,2	13,4	10,7	55,8
Jaén	20,3	16,8	10,4	52,5
Málaga	8,8	7,8	10,8	72,6
Sevilla	11,5	13,2	8,9	66,4
Andalucía	14,7	11,9	10,1	63,3
España	8,1	19,0	9,2	63,6

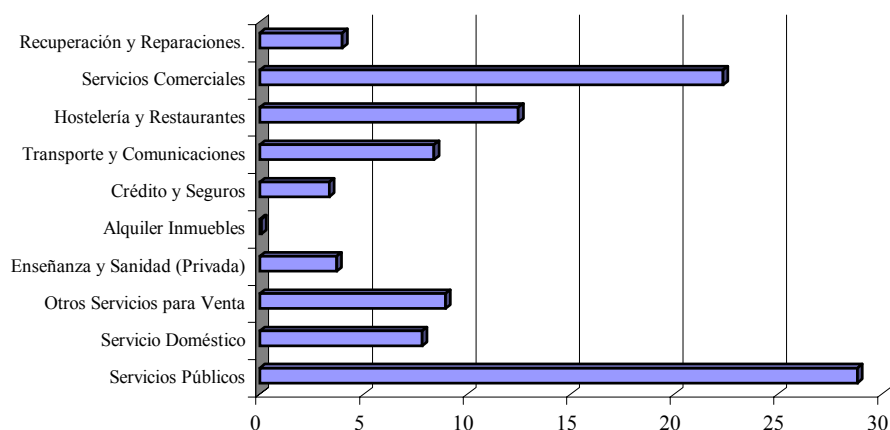
Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

La estructura del empleo por ramas de Servicios es muy similar en las distintas provincias andaluzas, de manera que dos ramas: Servicios comerciales y Servicios públicos, absorben más del 50% del empleo terciario regional y provincial. Sin embargo, tras esa similitud se aprecian a su vez algunas diferencias entre las diferentes provincias. Así, como era de esperar, Málaga es la provincia que concentra el mayor porcentaje de ocupación en la rama de Hostelería y restaurantes (25'5%), muy por encima del resto de provincias y de la media regional y nacional. A su vez, esta provincia es la que tiene un menor peso en la rama de Servicios públicos (19'6%).

Por otro lado, Sevilla, igual que las otras provincias, concentra su empleo terciario en Servicios públicos y Servicios comerciales, pero no alcanza el 50%, al concentrar un porcentaje superior al resto de provincias en las ramas de Otros servicios a la venta y Servicios domésticos (22'9% entre las dos). Sevilla es la provincia que concentra una proporción de su empleo terciario en la rama de Otros servicios para la venta (donde una parte importante la representan los Servicios a las Empresas), superior al de las demás provincias, debido a la mayor concentración de empresas que ofrecen Servicios a las Empresas en esta provincia, como se verá para el caso de los Servicios Avanzados a las Empresas.

Tras las ramas de Servicios comerciales y Servicios públicos, el empleo terciario en las ocho provincias andaluzas se concentra en las ramas de Hostelería y restaurantes y Transporte y comunicaciones, representando entre las cuatro ramas alrededor del 70% del empleo en los Servicios. Quizás habría que destacar, con respecto a la estructura observada para el VAB, que son mayores las proporciones en el VAB que en el empleo en las ramas de Otros servicios para la venta, Crédito y seguros, y principalmente en Alquiler de inmuebles. Por otro lado, son menores en el caso de los Servicios domésticos y Servicios públicos.

Gráfico 4.2: Estructura porcentual del empleo en Andalucía por ramas de Servicios, 1995.



Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

Resumiendo, como se observa en el gráfico 4.2, podemos decir que el empleo terciario andaluz, tanto en el ámbito regional como provincial, está concentrado principalmente

en dos ramas tradicionales: Servicios comerciales y Servicios públicos, mientras que las ramas de Servicios más dinámicas y de mayor valor estratégico en cualquier proceso de desarrollo económico, como las de Servicios a Empresas (dentro de Otros servicios para la venta), Crédito y seguros, etc., ocupan un escaso porcentaje del empleo terciario en Andalucía.

En la tabla 4.19 podemos observar la proporción del empleo de cada provincia sobre el total de Andalucía para las distintas ramas del Sector Servicios. Sevilla ocupa la primera posición en todas las ramas excepto en dos: Hostelería y restauración y Alquiler de inmuebles, en las que Málaga posee unos porcentajes superiores. Málaga ocupa la segunda posición en las demás ramas de Servicios, con la salvedad de Servicios públicos, rama en la que es superada por Cádiz.

Tabla 4.19: Distribución porcentual del empleo por ramas de Servicios en las provincias andaluzas, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Almería	6,5	9,4	6,4	8,7	5,4	8,8	6,6	5,7	5,5	6,6
Cádiz	15,4	14,7	11,5	14,3	13,1	9,4	12,0	13,3	13,0	18,3
Córdoba	11,0	10,2	5,7	9,3	8,9	4,7	8,7	8,9	8,4	12,0
Granada	11,7	10,3	8,4	10,8	11,0	7,1	12,7	8,6	11,6	12,2
Huelva	6,4	6,4	4,5	6,0	5,3	5,0	5,9	6,2	4,7	5,8
Jaen	8,6	7,4	4,4	7,6	6,3	3,0	7,5	6,3	6,4	8,6
Málaga	18,0	19,0	42,3	19,6	22,0	37,3	22,1	20,8	15,9	14,1
Sevilla	22,4	22,5	16,8	23,9	25,2	24,7	24,5	30,3	34,5	22,4
ANDALUCÍA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. Recuperación y reparación	6. Alquiler de inmuebles
2. Servicios comerciales	7. Enseñanza y sanidad privadas
3. Hostelería y restaurantes	8. Otros servicios a la venta
4. Transporte y comunicaciones	9. Servicio doméstico
5. Crédito y seguros	10. Servicios públicos

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renta Nacional de España y su distribución provincial* (BBV).

4.3- Aproximación al comportamiento reciente de los Servicios a las Empresas en Andalucía a través de las Tablas Input-Output.

Introducción.

Para completar nuestro análisis sobre la situación y evolución del Sector Servicios en la economía andaluza, y más concretamente los Servicios a las Empresas, así como sus relaciones con el resto de sectores productivos, consideramos de gran utilidad la información proporcionada por las Tablas Input-Output. En este apartado analizamos la situación de los servicios en Andalucía en 1980 y en 1995, así como su evolución en estos 15 años, comparando con lo sucedido en España. Para ello hemos hecho uso de las Tablas Input-Output de Andalucía (TIOAN) y de España (TIOE) 1980 y 1995.

Intentaremos evitar, en la medida de lo posible, repetir comentarios ya realizados en apartados anteriores a partir del análisis de los datos del BBV, IEA, etc., centrándonos principalmente en aquellos aspectos que no hayan sido suficientemente puestos de manifiesto con el análisis anterior. En todo caso, resaltaremos algunas conclusiones que se puedan extraer del estudio de los datos de las tablas, que corroboren aquéllas de las ya extraídas en el análisis anterior, que sean consistentes con los objetivos que nos hemos marcado desde el principio.

El análisis de las actividades de Servicios a las Empresas, y en particular los Servicios Avanzados a las Empresas, sólo puede realizarse para 1995, año para el que la información de las tablas tiene un grado de desagregación suficiente. Para las comparaciones con 1980 hemos tenido que agregar estas actividades junto con otras de servicios personales, tal como hemos explicado en el capítulo dedicado a la metodología, y comparar con la rama de “Servicios personales e industriales” que aparece en la tabla de 1980.

4.3.1- Evolución de los Servicios en Andalucía a través del análisis de las TIOAN 1980 y 1995.

A) La producción en los Servicios³⁷.

En la estructura de la demanda total se aprecia un aumento en la FBC de 1980 a 1995 y una disminución de las exportaciones. La demanda intermedia y el consumo público y privado permanecen prácticamente igual –con un aumento de tan sólo un punto porcentual en cada uno-. Esta evolución es algo distinta en cada uno de los sectores. Así, centrándonos en lo que ocurre en el Sector Servicios, según los datos que tenemos en las tablas 4.20; 4.21; 4.22 y 4.23, vemos que en 1980 los Servicios en Andalucía destinaban una proporción superior a la demanda intermedia –25’3%- que la media española –22’3%-. Esta proporción aumenta en Andalucía hasta el 29% en 1995. Pero este aumento es inferior al de la media nacional, que ahora se sitúa por encima de la proporción andaluza –33’3%-. Esto nos lleva a pensar, que en Andalucía, siguiéndose la tendencia nacional, se produce un aumento en la interrelación de la producción de los Servicios con el sistema productivo en su conjunto, pero que ésta es sensiblemente inferior a la nacional.

³⁷ Hemos comentado anteriormente, y hemos realizado los cálculos que así lo demuestran, que la productividad en los Servicios es menor que en la Industria. A partir de los datos obtenidos de las TIOAN, podemos concluir lo mismo, ya que la producción industrial supone el 41’3% y el 27’4% de la producción total en 1980 y 1995 respectivamente, cuando dicho sector representa en términos de empleo el 15’3% y el 13’2% del total, mientras que los Servicios, con aproximadamente la mitad del total de los empleos (48’1% en 1980 y 66’2% en 1995), se sitúan en torno al 41% y el 54’1% de la producción total en sendos años.

Tabla 4.20: Representación porcentual de diversas magnitudes en los cuatro sectores en Andalucía, 1980.

Magnitudes	Agricultura		Industria		Construcción		Servicios		Total	
	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice
Producción efectiva	10,7	100	41,3	100	7,1	100	40,9	100	100	100
Consumos intermedios	7,8	33,7	61,5	68,7	6,6	43,1	24,0	27,1	100	46,1
VAB Coste factores	13,9	68,2	23,1	29,3	7,5	55,6	55,5	71,2	100	52,4
VAB precio mercado	13,1	66,3	24,0	31,3	7,5	56,9	55,4	72,9	100	53,9
Costes salariales	9,2	24,4	23,6	16,1	11,0	43,7	56,2	38,7	100	28,2
Excedente bruto	20,8	39,2	20,0	9,8	3,5	9,9	55,8	27,5	100	20,1
Demanda total¹	9,6	100	50,7	100	5,5	100	34,1	100	100	100
Demanda intermedia	15,0	56,4	60,0	42,8	1,0	6,5	23,9	25,3	100	36,1
Consumo final ²	7,0	26,5	30,5	21,9	0,2	1,0	62,3	66,4	100	36,4
Consumo total ³	11,0	82,9	45,2	64,6	0,6	7,5	43,2	91,7	100	72,5
FBC	-0,1	-0,1	34,8	5,8	61,1	92,5	4,2	1,0	100	8,4
Exportaciones	8,6	17,1	78,4	29,6	0,0	0,0	13,0	7,3	100	19,1
Empleo total	28,1	100	15,3	100	8,6	100	48,1	100	100	100
Empleo asalariado	27,5	76,2	17,3	88,0	9,6	87,5	45,7	74,0	100	77,9
Empleo no asalariado	30,3	23,8	8,3	12,0	4,8	12,5	56,6	26,0	100	22,1

¹. Demanda total = Consumo total + FBC + Exportaciones.

². Consumo final = Consumo familiar (consumo privado) + Consumo público.

³. El Consumo total es la suma de la Demanda intermedia y el Consumo final.

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla 4.21: Peso porcentual en el total de la demanda de Servicios y la demanda total por componentes en España, 1980.

Magnitudes	Servicios	Total
Demanda total ¹	100	100
Demanda intermedia	22,3	43,0
Demanda final ²	77,8	57,1
Consumo final ³	74,1	39,4
FBC	0,8	12,9
Exportaciones	2,9	4,8

¹. Demanda total = Demanda intermedia + Demanda final.

². Demanda final = Consumo final + FBC + Exportaciones.

³. Consumo final = Consumo familiar (Consumo privado) + Consumo público.

Fuente: TIO-80. Tomado de Cuadrado y otros (1999).

El destino de la oferta interior en el Sector Servicios es esencialmente el consumo final. Concretamente, el Sector Servicios es el que dedica una mayor proporción al consumo público y privado³⁸ –66’4% en 1980 y 64’2% en 1995, frente al 36’4% y 38’3% que se destina como media en el conjunto de la economía andaluza-.

³⁸ Más adelante veremos que esto se debe a que algunas ramas de Servicios destinan casi totalmente su producción al consumo final –los servicios de las Administraciones Públicas, Educación, Sanidad-. Sin embargo, los denominados servicios a la producción –por ejemplo, Intermediación financiera, Transportes, Comunicaciones, Servicios a las Empresas- están más orientados a la demanda intermedia.

Tabla 4.22: Representación porcentual de diversas magnitudes en los cuatro sectores en Andalucía, 1995.

Magnitudes	Agricultura		Industria		Construcción		Servicios		Total	
	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice	S/ total	Índice
Producción efectiva	6,6	100	27,4	100	11,9	100	54,1	100	100	100
Consumos intermedios	5,4	35,9	41,3	70,8	14,8	58,7	38,5	33,5	100	46,9
VAB Coste factores	8,2	65,3	15,6	29,7	9,1	39,9	67,0	64,5	100	52,1
VAB precios básicos	8,0	64,2	15,7	30,1	9,3	40,8	67,0	64,9	100	52,4
Costes salariales	5,7	22,2	14,3	13,3	11,9	25,2	68,1	31,9	100	25,4
Excedente neto	10,8	24,6	20,6	11,2	7,6	9,5	61,0	16,9	100	15,0
Demanda total¹	6,6	100	39,8	100	9,4	100	44,2	100	100	100
Demanda intermedia	10,0	56,1	49,6	45,8	5,6	21,9	34,9	29,0	100	36,8
Consumo final²	1,8	10,3	23,2	22,3	0,7	3,0	74,2	64,2	100	38,3
Consumo total³	5,8	66,4	36,2	68,1	3,1	24,9	54,9	93,2	100	75,1
FBC	1,8	3,2	30,9	9,1	59,5	75,1	7,8	2,1	100	11,8
Exportaciones	15,2	30,4	68,9	22,7	0,0	0,0	15,8	4,7	100	13,1
Puestos de trabajo total	11,5	100	13,2	100	9,1	100	66,2	100	100	100
Puestos trab asalariado	9,0	58,4	14,5	82,2	10,1	83,6	66,4	75,2	100	74,9
Puestos trab no asalar	19,1	41,6	9,4	17,8	5,9	16,4	65,5	24,8	100	25,1

¹. Demanda total = Consumo total + FBC + Exportaciones.

². Consumo final = Consumo familiar (consumo privado) + Consumo público + Consumo colectivo.

³. El Consumo total es la suma de la Demanda intermedia y el Consumo final.

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla 4.23: Peso porcentual en el total de la demanda de Servicios y la demanda total por componentes en España, 1995.

Magnitudes	Servicios	Total
Demanda total¹	100	100
Demanda intermedia	33,3	42,4
Demanda final²	66,7	57,6
Consumo final³	59,6	36,5
FBC	3,4	10,5
Exportaciones	3,7	10,6

¹. Demanda total = Demanda intermedia + Demanda final.

². Demanda final = Consumo final + FBC + Exportaciones.

³. Consumo final = Consumo familiar (Consumo privado) + Consumo público.

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de España 1995, INE.

Por tanto, en el Sector Servicios disminuye la proporción destinada a consumo público y privado, que sigue acaparando más del 60% de la demanda total, aunque esta disminución es significativamente inferior a la experimentada en el ámbito nacional, que desciende del 74'1% al 59'6%, debido a que en este caso aumenta considerablemente más la proporción destinada a demanda intermedia. Según comentan Cuadrado y otros (1999): *“En España, los servicios destinados a la venta han estado tradicionalmente muy vinculados con la demanda final, sirviendo escasamente como factores intermedios de las actividades productivas. Esto ha sido una característica recurrente de nuestro modelo de terciarización, que ha respondido más bien a los modelos de terciarización de los países menos desarrollados [...] Sin embargo, las tendencias de evolución observadas han incrementado notablemente el grado de imbricación de los servicios dentro del sistema productivo”*. Como podemos apreciar en la tabla 4.24, mientras que en 1980 la demanda intermedia de Servicios representaba el 23'8% del total de demandas intermedias, en 1993 ascendió hasta el 41%.

Tabla 4.24: La demanda intermedia de Servicios en la estructura de la demanda intermedia total (porcentajes), 1980-1993. España.

	1980	1993	Variación
Recuperación y reparación	1,11	1,80	0,69
Comercio	3,29	4,61	1,32
Restaurantes y alojamientos	1,03	1,60	0,57
Transportes ferrocarriles	0,24	0,13	-0,11
Transporte carretera	2,60	3,08	0,48
Transporte marítimo	0,19	0,06	-0,13
Transporte aéreo	0,28	0,53	0,25
Servicios anexos al transporte	1,05	1,53	0,48
Comunicaciones	1,16	2,30	1,14
Créditos y seguros	7,09	11,83	4,74
Servicios a empresas	3,84	8,93	5,09
Alquiler inmobiliario	1,09	2,29	1,20
Investigación y enseñanza venta	0,12	0,28	0,16
Sanidad venta	0,02	0,73	0,71
Otros servicios venta	0,68	1,33	0,65
TOTAL SERVICIOS VENTA	23,79	41,01	17,22

Fuente: FEDEA, Tablas Input-Output, tomado de Cuadrado y otros (1999).

Tabla 4.25: La demanda intermedia de Servicios en la estructura de la demanda intermedia total (porcentajes), 1980-1995. Andalucía.

	1980	1995	Variación
Comercio, recuperación y reparación	3,7	5,8	2,1
Hostelería	1,0	0,6	-0,4
Transportes y anexas	6,5	7,5	1,0
Correos y telecomunicaciones	0,8	1,9	1,1
Intermediación financiera	5,1	6,5	1,4
Seguros	0,3	0,5	0,2
Servicios personales e industriales	4,7	11,6	6,9
TOTAL SERVICIOS VENTA³⁹	22,1	34,4	12,3

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Todas las ramas de servicios a la venta, con la excepción de “Transporte marítimo” y “Transporte aéreo”, aumentan su participación en la demanda intermedia, destacando dos ramas, que son las de “Servicios a Empresas” y “Crédito y seguros”. En Andalucía, se produce un aumento muy importante en la rama de “Servicios personales e industriales”, debido principalmente a los Servicios a Empresas⁴⁰ que están incluidos en la misma, junto a Alquileres y Otros servicios a la venta, que incluye servicios personales. En este caso el aumento en las actividades de Crédito y seguros –si unimos Intermediación financiera y Seguros- es considerablemente menor que la media nacional –1’6 en Andalucía frente al 4’74 de España⁴¹-.

³⁹ Como no podemos separar los datos de Educación y Sanidad destinados a la venta, hemos optado por no incluirlos, de manera que en el total de servicios a la venta faltan algunos servicios.

⁴⁰ En este caso no podemos saber cuánto corresponde a Servicios a Empresas, pero podemos suponer que el aumento debe ser similar a la media española, pues si en la tabla de España unimos Servicios a Empresas con Alquiler inmobiliario y Otros servicios venta, el aumento es de 6’94; es decir, prácticamente el mismo que en Andalucía, que es 6’9.

⁴¹ Hay que tener en cuenta que para España se compara 1980 y 1993, pero dado que la diferencia es bastante apreciable, tomando el año 1995 se debe concluir lo mismo.

Por otro lado, podemos analizar los cambios que se han producido en estos 15 años en la distribución de los recursos totales entre la producción interior y las importaciones, distinguiendo dentro de la producción total entre consumos intermedios y Valor Añadido. Hemos separado la parte correspondiente a los costes salariales –Sueldos y Salarios y Cotizaciones a la Seguridad Social- del resto de componentes del VAB.

El valor de la producción en la Industria ha descendido en 1995 al 27'4% del total, representando los puestos de trabajo en este sector el 13'2% del total. A su vez, la producción en el Sector Servicios ha ascendido hasta el 54'1% –13'2 puntos-, mientras que el aumento en el empleo⁴² ha sido de 18'1 puntos porcentuales. En todos los sectores disminuye la proporción de empleo asalariado, excepto en los Servicios que aumenta ligeramente. La proporción de consumos intermedios ha ascendido en todos los sectores, pasando en el caso del Sector Servicios del 27'1% en 1980 al 33'5% en 1995. La proporción de los costes salariales sobre la producción total ha disminuido en todos los sectores, sin embargo, la proporción de los costes salariales en los Servicios sobre el total ha ascendido del 56'2% en 1980 al 68'1% en 1995.

En 1995 el 31% de la producción interior del Sector Servicios proviene de sus consumos intermedios, situación que es justamente la opuesta que la del Sector Industrial, que obtiene de consumos intermedios el 69%. Aunque no todas las ramas de Servicios tienen igual composición de su producción interior –por ejemplo en Hostelería los consumos intermedios representan el 52%-, generalmente la mayor parte corresponde al VAB a precios básicos.

Si nos fijamos en la estructura del VAB, es decir, la distribución entre remuneración de asalariados, rentas mixtas, excedente neto y consumo de capital fijo, consideramos que más interesante que ver cuál es la proporción sobre el total que corresponde a los Servicios –el 67'6% de la remuneración de asalariados, el 70'9% del consumo de capital fijo, el 75% del excedente neto, etc.-, resulta más ilustrativo ver cuánto representa cada partida sobre el VAB a precios básicos. Así, exceptuando la Construcción, el Sector Servicios es el que más destina a remuneración de asalariados – en los Servicios representa el 46'3%, en la Industria el 43'6% y en el Sector Primario el 34'4%⁴³- y menos a excedente neto de explotación –el 30'3% en Servicios, y el 38'1% y 38'4% en Sector Primario e Industrial respectivamente-.

Dentro de los Servicios, suelen coincidir las actividades más intensivas en mano de obra con aquéllas en las que la proporción de la remuneración de asalariados y renta mixta⁴⁴ es mayor. Así, en “Hogares que emplean personal doméstico”, la remuneración de asalariados representa el 100% del VAB. En “Educación”, “Actividades sanitarias, etc.”, y “Administración Pública”, la remuneración de asalariados representa más del 60%.

⁴² Aunque hay que tener en cuenta que en el 80 se contabilizaban empleos y ahora son puestos de trabajo.

⁴³ Aunque en el Sector Primario hay una mayor proporción de renta mixta: el 20'4% frente al 13'4% en Servicios y al 6'3% en Industria, lo cual se corresponde con la estructura de no asalariados en cada sector –el 41'6% en el Sector Primario, el 17'8% en Industria y el 24'8% en Servicios-.

⁴⁴ Según la metodología del MIOAN-95, las rentas mixtas recogen “las remuneraciones de los trabajos realizados por propietarios y otros no asalariados, las cuales no pueden distinguirse de sus beneficios como empresarios”. Por ello, hay que ser cautos a la hora de hacer afirmaciones sobre esta partida, pues en cada caso habrá una proporción diferente correspondiente a cada parte.

En “Comercio” y “Hostelería”, actividades en las que el porcentaje de no asalariados es bastante importante, es donde la renta mixta representa unas proporciones mayores – 26’4% y 25’7%- , que junto a la remuneración de asalariados suben a más del 50%. En otro extremo, las actividades con mayores porcentajes de excedente neto⁴⁵ son las de “Intermediación financiera” –44’1%- y, sobre todo “Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales”, en las que ésta es la principal partida, con un 68’5%, debido principalmente, como veremos más adelante, a las “Actividades inmobiliarias” y “Alquileres”.

En la tabla 4.26 podemos observar la proporción respecto a los empleos totales de cada uno de los posibles destinos de la oferta interior por sectores de la economía andaluza en 1995, distinguiendo entre las ramas de los Servicios. La proporción del consumo público en los Servicios –20’8%- se debe fundamentalmente a los servicios de “Administración pública”, “Educación”, etc. Por otro lado, destaca la escasa proporción destinada a Formación Bruta de Capital, sólo perceptible en los “Servicios de comercio y reparaciones” y “Servicios inmobiliarios y de alquiler; servicios empresariales”, así como la baja proporción destinada a exportaciones, excepto en los servicios de “Transporte, almacenamiento y comunicaciones” y en los “Servicios de comercio y reparaciones”. La demanda intermedia es fundamental para los servicios de “Intermediación financiera” y para los de “Transporte, almacenamiento y comunicaciones”, así como para los “Servicios inmobiliarios y de alquiler; servicios empresariales”.

Si comparamos con lo que sucede en la economía española, podemos destacar la menor proporción en Andalucía de la demanda intermedia⁴⁶ en los Servicios –26’8 en Andalucía y 32’0 en España-, frente a la mayor proporción del consumo privado y público –45’7 y 20’8 respectivamente en Andalucía frente al 42’5 y 18’5 en España-.

Por otro lado, en Andalucía es menor la proporción de la oferta interior en el Sector Servicios destinada a Formación Bruta de Capital, que sólo es utilizada por los “Servicios de comercio y reparaciones” y por los “Servicios inmobiliarios, de alquiler y servicios empresariales”, aunque en estos últimos en una proporción sensiblemente inferior a la española –2’7 en Andalucía y 12’8 en España-. La proporción destinada a exportaciones por el Sector Servicios es superior en Andalucía, debido fundamentalmente a los servicios de “Transporte, almacenamiento y comunicaciones” y a las actividades de “Comercio y reparaciones”, siendo sin embargo inferiores en Andalucía las de “Servicios inmobiliarios, de alquiler y servicios empresariales”.

⁴⁵ El excedente neto de explotación engloba al “resto de las rentas generadas en el proceso productivo por la utilización de sus activos de producción (intereses bancarios pagados, impuestos de sociedades, beneficios distribuidos, reservas, etc.)”.

⁴⁶ Debido principalmente a la menor proporción de “Comercio y reparaciones” –16’9 en Andalucía y 29’8 en España-.

Tabla 4.26: Destino de la oferta interior de la economía andaluza, 1995
(Porcentaje respecto a los empleos totales de cada grupo)

	Demanda intermedia	Consumo privado interior	Consumo público	Formación bruta de capital	Exportaciones (FOB)	Empleos totales p adquis
Productos del sector primario	45,8	11,8	0,0	3,7	38,7	100
Productos del sector industrial	36,0	17,4	0,0	4,6	42,0	100
Trabajos de construcción	21,9	3,0	0,0	75,1	0,0	100
Servicios	26,8	45,7	20,8	1,8	4,9	100
Servicios de com, host, tpte y comunic	23,4	63,4	0,8	2,8	9,6	100
Serv de comercio al por mayor y menor; serv de reparación de vehículos y de artículos personales	16,9	68,8	1,2	4,8	8,3	100
Servicios de hostelería	5,1	94,7	0,2	0,0	0,0	100
Serv de transpte, almacenam y comunicaciones	54,9	23,6	0,2	0,4	20,9	100
Serv fros, inmob, alquileres y SE	61,3	35,6	0,0	1,9	1,2	100
Serv de intermediación financiera	84,7	15,3	0,0	0,0	0,0	100
Servicios inmob y de alquiler; serv empresariales	51,5	44,1	0,0	2,7	1,7	100
Otros servicios	4,2	24,3	71,5	0,0	0,0	100
Serv de admón Pca, defensa y serv de SS oblig	0,0	0,0	100	0,0	0,0	100
Serv de educación	1,3	12,8	85,9	0,0	0,0	100
Servicios sanit y veterin, serv sociales	4,0	33,7	62,3	0,0	0,0	100
Otros serv de carácter comunit, soc y personal	19,0	55,5	25,4	0,0	0,0	100
Serv de los hogares que emplean person domést	0,0	100	0,0	0,0	0,0	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla 4.27: Destino de la oferta interior de la economía española, 1995
(Porcentaje respecto a los empleos totales de cada grupo)

	Demanda intermedia	Consumo privado interior	Consumo público	Formación bruta de capital	Exportaciones (FOB)	Empleos totales p adquis
Productos del sector primario	70,7	12,6	0,0	0,1	16,5	100
Productos del sector industrial	52,3	20,0	0,8	5,2	21,7	100
Trabajos de construcción	31,2	2,3	0,0	66,5	0,0	100
Servicios	32,0	42,5	18,5	3,3	3,8	100
Servicios de com, host, tpte y comunic	32,3	59,5	1,2	1,0	6,0	100
Serv de comercio al por mayor y menor; serv de reparación de vehículos y de artículos personales	29,8	59,3	2,3	2,2	6,5	100
Servicios de hostelería	8,3	91,7	0,1	0,0	0,0	100
Serv de transpte, almacenam y comunicaciones	62,1	24,9	0,8	0,3	11,8	100
Serv fros, inmob, alquileres y SE	56,7	29,8	0,5	9,3	3,8	100
Serv de intermediación financiera	82,5	15,6	0,0	0,0	1,9	100
Servicios inmob y de alquiler; serv empresariales	46,9	35,1	0,7	12,8	4,5	100
Otros servicios	5,7	29,2	64,5	0,4	0,2	100
Serv de admón Pca, defensa y serv de SS oblig	0,0	0,0	100	0,0	0,0	100
Serv de educación	1,8	22,5	75,7	0,0	0,0	100
Servicios sanit y veterin, serv sociales	5,2	33,1	61,8	0,0	0,0	100
Otros serv de carácter comunit, soc y personal	21,0	61,5	14,1	2,3	1,1	100
Serv de los hogares que emplean person domést	0,0	100	0,0	0,0	0,0	100

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de España 1995, INE.

B) El empleo en los Servicios.

Por lo que se refiere al empleo⁴⁷ en el Sector Servicios, lo primero que hay que destacar es el importante aumento, tanto en términos absolutos –se pasa de 833.355 personas en

⁴⁷ Referente a los datos para el estudio del empleo, hay que decir que las cifras que aparecen en la TIOAN-80 representan el número de puestos de trabajo que ha generado una actividad cualquiera a lo largo de un año, independientemente de su duración. Este concepto de empleo difiere del de población ocupada, la cual está referida al número de personas de 16 y más años que trabaja en una época concreta del año. En la TIOAN-95 se considera el puesto de trabajo, que según el SEC se define formalmente como un contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional, para realizar un trabajo a cambio de una remuneración durante un período definido. Los puestos de trabajo se clasifican en asalariados y no asalariados. El empleo comprende todas las personas que realizan una actividad

1980 a 1.209.891 en 1995- como en términos relativos –el empleo en los Servicios representaba un 48'1% del empleo total en 1980, ascendiendo hasta un 66'2% en 1995-. Esta evolución, como vimos en el epígrafe anterior dedicado al empleo en los Servicios, es similar a lo sucedido a escala nacional. Otro aspecto importante es que se puede deducir que el aumento en el empleo en los Servicios ha sido principalmente un aumento en el número de asalariados, cuyo porcentaje en 1980 estaba por debajo del porcentaje total de empleo en el sector en su conjunto –45'7%-, situándose en 1995 ligeramente por encima –66'4%-. Las ramas de servicios en las que se produce mayormente el aumento de empleo referido son “Comercio” y “Turismo”.

La mayor proporción de no asalariados está en las actividades relacionadas con el comercio y el turismo, en las que el pequeño empresario y el trabajador por cuenta propia⁴⁸ son figuras que siguen ocupando un papel importante, aunque se puede apreciar una disminución en su participación en el empleo total de estas actividades⁴⁹, pues si en 1980 representaban prácticamente la mitad –el 48'5%-, en 1995 se ha reducido al 42'3%. Esto se explica, en el caso del comercio⁵⁰, por las transformaciones introducidas en nuestra región a raíz de la “invasión” de las grandes superficies comerciales, que están obligando al cierre de gran cantidad de pequeños negocios familiares, y a que estos pequeños empresarios o trabajadores autónomos, tengan que trabajar a cambio de un salario en estas grandes superficies, la mayoría de las veces con contratos temporales y a tiempo parcial.

En 1995 se sitúan a la cabeza del empleo en los Servicios las actividades de “Comercio y reparación” –en Andalucía representan el 30'7% del empleo en los Servicios, y en España⁵¹ el 26'9%- y “Hostelería” –10'4% en Andalucía y 10% en España, el mismo porcentaje que las “Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales”, que en Andalucía serían las séptimas con un 8'3%-. La evolución en estos años no ha sido la misma en Andalucía que en España. Así, en Andalucía, “Comercio y hostelería” representaba en 1980 el 34'8% del empleo en los servicios, con lo que su participación ha aumentado –41'1% en 1995-, mientras que en España ha descendido –era el 44'2% en 1977 y en 1997 el 37%, debido al descenso en “Comercio y reparación” (del 35'2% al 27'0%) pues “Hostelería” ha aumentado levemente (del 9'0% al 10'0%)-.

productiva y se diferencia del concepto anterior en que una persona empleada puede ocupar más de un puesto de trabajo, bien de forma sucesiva o simultánea.

⁴⁸ Pequeño comercio, bares, etc. Sin embargo, hay que decir que si nos referimos a cambios globales en la evolución del empleo en los distintos sectores, lo que es la tendencia a grosso modo puede apreciarse a pesar de la diferencia entre ambos conceptos.

⁴⁹ Hay que comentar que en 1980 las actividades de reparación se incluyeron en el “cajón de sastre” de otros servicios, mientras que en 1995 aparecen junto a comercio.

⁵⁰ Si se quiere conocer cuáles han sido los cambios que han afectado al empleo en esta rama de actividad se recomienda la revisión del *Plan Integral de Modernización del Comercio Interior de Andalucía 1998-2001* de la Dirección General de Comercio, etc. (1997), en el que Antonio Cano hace referencia a este tema.

⁵¹ Los datos para España se refieren a 1997 y han sido obtenidos del trabajo realizado por Cuadrado y otros (1999) a partir de la EPA.

Tabla 4.28: Distribución porcentual del empleo por ramas de Servicios. 1980.

Ramas Servicios	Asalariados		No asalariados		Total	
	S/Servicios	S/TOTAL	S/Servicios	S/TOTAL	S/Servicios	S/TOTAL
Comercio, Hostelería y Restaurantes	24,2	11,0	64,9	36,7	34,8	16,7
Transporte y Comunicaciones	9,1	4,2	11,7	6,6	9,8	4,7
Instituciones de Créditos y Seguros	4,5	2,1	0,1	0,0	3,4	1,6
Otros Servicios y Reparaciones	47,1	21,5	23,3	13,2	40,9	19,7
Administración Pública y Defensa	15,1	6,9	0,0	0,0	11,1	5,4
Total Servicios	100	45,7	100	56,6	100	48,1

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla 4.29: Distribución porcentual del empleo por ramas de Servicios. 1995.

Ramas Servicios	Asalariados		No asalariados		Total	
	S/Servicios	S/TOTAL	S/Servicios	S/TOTAL	S/Servicios	S/TOTAL
Comercio, Hostelería, Tpte y comunic	39,1	26,0	81,3	53,3	49,6	32,8
Comercio, reparación de vehículos de motor, motocicletas, etc.	23,6	15,7	52,1	34,2	30,7	20,3
Hostelería	7,9	5,3	17,7	11,6	10,4	3,9
Transpte, almacenam y comunicaciones	7,6	5,0	11,5	7,5	8,5	5,6
Finanzas, inmob, alquileres y SE	13,2	8,8	8,5	5,6	12,1	8,0
Intermediación financiera	4,9	3,2	0,6	0,4	3,8	2,5
Activ inmob y de alquiler; serv empresar	8,4	5,6	7,9	5,2	8,3	5,5
Otros Servicios	47,7	31,6	10,1	6,6	38,3	25,4
Administración Pública, defensa y SS ob	11,7	7,8	0,0	0,0	8,7	5,8
Educación	12,5	8,3	1,4	0,9	9,7	6,5
Actividades sanit y veterin, serv sociales	12,3	8,2	2,8	1,9	10,0	6,6
Otras activid sociales y serv prestados a la comunidad; servicios personales	4,4	2,9	5,9	3,8	4,8	3,2
Hogares que emplean personal domést	6,7	4,5	0,0	0,0	5,1	3,3
Sector Servicios	100	66,4	100	65,5	100	66,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Los servicios de Administración Pública permanecen prácticamente inalterados en su participación relativa –5’4% en 1980 y 5’8% en 1995-, aunque disminuyen en su participación en el empleo en el sector –del 11’1% al 8’7%-, mientras que a escala nacional sucede lo contrario –aumenta la participación en el empleo en los Servicios, pasando del 8’3% al 10’5%- . Los servicios de “Intermediación financiera” aumentan su participación relativa, pasando del 1’6% al 2’5%; aunque permanecen prácticamente igual en su participación en el empleo terciario tanto en Andalucía como en España. Las “Actividades inmobiliarias y de alquiler y servicios empresariales” representan el 5’5% del empleo total y el 8’3% del empleo en los Servicios, cifra que no podemos comparar con 1980 al no aparecer desagregada en dicho año. En el ámbito nacional los “Servicios a Empresas” pasan de representar el 2’1% del empleo en el Sector Servicios en 1977 al 9’0% en 1997.

C) Importancia de cada rama de los Servicios en función de la evolución de la renta generada dentro del propio Sector Servicios.

En el período de análisis, los Servicios han ganado importancia dentro del conjunto de la economía andaluza, y a su vez, las actividades consideradas dentro de la rama “Servicios personales e industriales” han visto aumentar su participación dentro del

Sector Servicios. Así, el VAB⁵² en los Servicios ha aumentado desde el 55'4% del VAB total en 1980 al 67% en 1995. La rama de "Servicios personales e industriales" es la que experimenta un mayor incremento en su peso relativo en el VAB -7,4 puntos-, aunque no podemos saber qué parte de este aumento se debe a las actividades consideradas como Servicios a las Empresas. Sin embargo, hay otras ramas de los Servicios que disminuyen su participación en el VAB, como "Transportes y actividades anexas" y "Administración Pública".

Las actividades de Servicios presentan en los dos años considerados una proporción de valor añadido generada por cada unidad producida superior a la del conjunto de actividades productivas. En 1980 la actividad con mayor capacidad de generación de VAB era la de "Correos y Telecomunicaciones" (91'6%), estando todas las ramas de Servicios por encima del 60% y, por tanto, de la media de la economía andaluza (53'9%). La generación de renta por unidad producida no ha experimentado grandes cambios para el total de la economía andaluza, en cambio en los Servicios ha descendido 8 puntos.

Las ramas de Servicios en las que ha sido mayor el descenso del VAB por unidad de producción son las de "Seguros y planes de pensiones", "Transportes", con reducciones de 25 y 18 puntos respectivamente, así como "Sanidad" y "Hostelería y restauración"; además en "Transportes" y en "Hostelería y restauración" la evolución de la proporción del VAB ha sido negativa en estos años. Ahora, la rama con mayor proporción de generación de VAB por unidad producida es "Educación" (89'7%). Las ramas que se sitúan por debajo de la media de la economía andaluza son: "Seguros", "Hostelería" y "Transportes".

En estos últimos 15 años se ha producido, como hemos comentado, un importante aumento en el porcentaje del VAB correspondiente a los Servicios. Sin embargo, y al mismo tiempo, disminuye la capacidad de generación de VAB en estas actividades⁵³. Según hemos comentado antes, se ha producido un aumento en la proporción de consumos intermedios sobre el total de recursos del Sector Servicios, compensado con una disminución en la generación de VAB, debida al descenso en los costes salariales. Es decir, ha disminuido la parte que representan los costes salariales por cada unidad producida en los Servicios. Esto se puede relacionar, en parte, con el aumento en la precariedad en el empleo que, como ya comentamos cuando nos referimos al empleo en los Servicios, afecta de manera muy especial a las actividades de Servicios, en muchas de las cuales han proliferado ampliamente las nuevas modalidades de contratación laboral.

⁵² Hay que tener en cuenta que el VAB no está valorado con igual criterio en ambos años, pues en 1980 es el VAB a precios de mercado y en 1995 a precios básicos. Pero, un aumento en la proporción del VAB de más de 11 puntos porcentuales es lo suficientemente significativa como para ser tenida en cuenta a pesar de las diferencias en los criterios de valoración. De hecho, hemos comprobado la cifra del VAB por unidad de producción para el total de la economía andaluza, con la de otro trabajo (Rueda, 2000) que sí ha utilizado la tabla de destino a precios básicos realizando la corrección de los impuestos netos sobre productos, y este dato era de 53, frente al 52'4 que hemos obtenido aquí. Dado que esta diferencia no es muy alta, pensamos que esto no influirá decisivamente en nuestras conclusiones.

⁵³ Descienden todas las ramas consideradas, excepto Educación que aumenta ligeramente.

Tabla 4.30: VAB (porcentajes sobre el total) y VAB por unidad de producción, 1980 y 1995. Andalucía.

Ramas de servicios	Porcentaje del VAB	Porcentaje del VAB	Diferencias % VAB	VAB por unidad pdón	VAB por unidad pdón
	1980	1995	1995-1980	1980 (%)	1995 (%)
Comercio, recuper y reparaciones	15,5	19,1	3,6	77,8	68,2
Hostelería y restauración	5,7	4,8	-0,9	61,3	47,6
Transporte y act anexas	7,7	4,5	-3,2	68,7	50,7
Correos y telecomunicaciones	1,4	2,3	0,9	91,6	83,7
Intermediación financiera	3,9	4,9	1,0	86,4	78,5
Seguros y planes de pensiones	0,3	0,4	0,1	67,7	41,9
Educación	3,2	6,4	3,1	86,4	89,7
Sanidad	3,6	5,9	2,3	81,0	65,5
Serv pers e industr	10,4	17,8	7,4	87,4	77,7
Admón Pública	7,2	5,5	-1,7	79,9	73,3
Serv interm fca medidos indirect	-3,5	-4,4	-0,9		
TOTAL SERVICIOS	55,4	67,0	11,6	72,9	64,9
TOTAL	100	100	-	53,9	52,4

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla 4.31: VAB (porcentajes sobre el total) y VAB por unidad de producción, 1980 y 1995. España.

Ramas de servicios	Porcentaje del VAB	Porcentaje del VAB	Diferencias % VAB	VAB por unidad pdón	VAB por unidad pdón
	1980	1995	1995-1980	1980 (%)	1995 (%)
Comercio, recuper y reparaciones	14,4	12,6	-1,8	75,9	68,0
Hostelería y restauración	4,1	7,5	3,4	44,4	56,6
Transporte y act anexas	4,3	5,7	1,3	53,3	59,9
Correos y telecomunicaciones	1,5	2,3	0,8	90,4	82,3
Intermediación financiera	2,4	5,1	2,7	31,5	75,7
Seguros y planes de pensiones ⁵⁴		0,5			38,8
Educación	2,8	5,0	2,2	89,1	86,1
Sanidad	3,1	5,6	2,5	79,3	71,2
Serv pers e industr	14,3	19,9	5,6	78,3	71,7
Admón Pública	6,4	6,1	-0,3	71,4	74,1
Serv interm fca medidos indirect	0,0	-4,7	-4,7		
TOTAL SERVICIOS	53,5	65,7	12,2	65,8	64,5
TOTAL	100	100	-	50,0	50,5

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de España 1980 y 1995, INE.

En España la situación no es exactamente la misma, como se puede apreciar en la tabla 4.31. Tanto en 1980 como en 1995, el porcentaje del VAB de los Servicios era ligeramente superior en Andalucía que en la media española –55’4% y 67% en Andalucía frente a 53’5% y 65’7% en España-, con aumentos en ambos casos que rondan los 11 ó 12 puntos. Sin embargo, el VAB por unidad de producción, superior en Andalucía en 1980 –72’9% frente al 66’7%-, experimenta un fuerte descenso, mientras que permanece prácticamente igual en España, lo que hace que en 1995 sean prácticamente iguales los porcentajes de VAB por unidad de producción para el sector

⁵⁴ En la TIO 1980 los Seguros aparecen unidos con Intermediación financiera, en una rama denominada Instituciones de Crédito y Seguros.

en su conjunto. Sin embargo, existen diferencias entre las distintas ramas que componen el sector. Así, en 1995 en Andalucía son inferiores tanto los porcentajes del VAB como el VAB por unidad de producción para las ramas de “Hostelería y restauración⁵⁵”, “Transporte y actividades anexas”, y “Administración Pública”, ramas que en 1980 presentaban valores superiores en Andalucía que en España. También es menor en Andalucía el porcentaje del VAB en “Servicios personales e industriales” en ambos años, resultando sin embargo superior el VAB por unidad de producción en ambas ramas.

D) Terciarización e integración de los Servicios en la economía andaluza.

Hemos visto que la participación de los inputs intermedios en la producción en el Sector Servicios ha aumentado a lo largo del período que estamos analizando. A partir de las tablas 4.32 y 4.33 vamos a describir qué porcentaje de la producción final en cada una de las ramas en que hemos dividido el Sector Servicios procede de inputs intermedios o de VAB.

Observamos en la tabla 4.32 que, efectivamente, en Andalucía han aumentado los inputs intermedios en la producción del Sector Servicios, y que este aumento se produce en todas las ramas, con la única excepción de “Educación”. Dicho aumento ha sido superior en Andalucía, que se situaba en 1980 con unos porcentajes de inputs intermedios en el sector Servicios inferior al de la media española, y que en 1995 se encuentra en un nivel semejante al de ésta. Sin embargo, el consumo de inputs intermedios es inferior para los Servicios que para el conjunto de la economía, lo cual también sucede en España.

Basándonos en este aumento en el consumo de inputs intermedios por parte de los Servicios para su producción, podemos afirmar que en estos años ha aumentado la interrelación de dicho sector con el sistema productivo. Pero, no sabemos si esa mayor relación se produce con todos los sectores o con alguno o algunos en concreto.

Tabla 4.32: Participación de los inputs intermedios y del VAB en la producción de las actividades de Servicios en Andalucía.

Ramas de servicios	Inputs intermedios		Valor Añadido Bruto	
	1980	1995	1980	1995
Comercio, recuper y reparaciones	22,2	31,8	77,8	68,2
Hostelería y restauración	38,7	52,4	61,3	47,6
Transporte y act anexas	31,3	49,3	68,7	50,7
Correos y telecomunicaciones	8,4	16,3	91,6	83,7
Intermediación financiera	13,6	21,5	86,4	78,5
Seguros y planes de pensiones	32,3	58,1	67,7	41,9
Educación	13,6	10,3	86,4	89,7
Sanidad	19,0	34,5	81,0	65,5
Serv pers e industr	12,6	22,3	87,4	77,7
Admón Pública	20,1	26,7	79,9	73,3
TOTAL SERVICIOS	27,1	35,1	72,9	64,9
TOTAL	46,1	47,6	53,9	52,4

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

⁵⁵ Cuando calculamos los índices de especialización, Andalucía resultaba estar especializada en el empleo en esta rama, sin embargo vemos que el porcentaje de VAB y el VAB por unidad de producción es inferior a la media, lo cual hace pensar en una menor productividad de este sector en la región.

Tabla 4.33: Participación de los inputs intermedios y del VAB en la producción de las actividades de Servicios en España.

Ramaz de servicios	Inputs intermedios		Valor Añadido Bruto	
	1980	1995	1980	1995
Comercio, recuper y reparaciones	24,1	32,0	75,9	68,0
Hostelería y restauración	55,6	43,4	44,4	56,6
Transporte y act anexas	46,7	40,1	53,3	59,9
Correos y telecomunicaciones	9,6	17,7	90,4	82,3
Intermediación financiera	68,5*	24,3	31,5*	75,7
Seguros y planes de pensiones		61,2		38,8
Educación	10,9	13,9	89,1	86,1
Sanidad	20,7	28,8	79,3	71,2
Serv pers e industr	21,7	28,3	78,3	71,7
Admón Pública	28,6	25,9	71,4	74,1
TOTAL SERVICIOS	33,3	35,5	66,7	64,5
TOTAL	48,5	49,5	51,5	50,5

* En 1980 en la rama de Intermediación financiera se englobaban también los Seguros.

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de España 1980 y 1995, INE.

Por otro lado, si nos fijamos en la orientación⁵⁶ de la oferta interior de la economía andaluza, tanto en 1980 como en 1995 alrededor del 70% de los empleos totales de origen interior son empleos finales. En el caso de los Servicios estas proporciones permanecen prácticamente estables: 75'5% en 1980 y 73'2% en 1995. Durante este período tan sólo tres ramas han mostrado reorientarse hacia la demanda intermedia: "Transportes y actividades anexas", "Correos y telecomunicaciones", y "Servicios personales e industriales".

Tabla 4.34: Orientación del output interior en las actividades de Servicios en Andalucía.

Ramaz de servicios	Intermedio		Final	
	1980	1995	1980	1995
Comercio, recuper y reparaciones	16,0	16,9	84,0	83,1
Hostelería y restauración	6,5	5,1	93,5	94,9
Transporte y act anexas	43,6	55,4	56,4	44,6
Correos y telecomunicaciones	46,1	53,5	53,9	46,5
Intermediación financiera	96,7	92,6	3,3	7,4
Seguros y planes de pensiones	53,3	33,9	46,7	66,1
Educación	0,8	1,3	99,2	98,7
Sanidad	1,0	4,0	99,0	96,0
Serv pers e industr	33,4	41,7	66,6	58,3
Admón Pública	6,3	0,0	93,7	100
TOTAL SERVICIOS	24,5	26,8	75,5	73,2
TOTAL	29,3	30,0	70,7	70,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Hemos comentado la importancia creciente de la integración de los Servicios con el sistema productivo, y hemos visto que son principalmente algunas ramas de este sector, las que permiten hacer referencia a dicho proceso. Estas ramas de los Servicios que se orientan primordialmente al sistema productivo, lo cual podemos comprobar a través de su orientación a la demanda intermedia en el análisis de las Tablas Input-Output, son las

⁵⁶ Queremos distinguir entre lo que se destina a la demanda intermedia –demanda del sistema productivo- y a la demanda final –sea para el consumo privado, consumo público, formación bruta de capital o exportaciones-.

que forman parte de los denominados servicios a la producción⁵⁷ –Intermediación financiera, Servicios a las Empresas⁵⁸, Transporte y actividades anexas, Correos y telecomunicaciones y Seguros y planes de pensiones (véase la tabla 4.34, en la que se observa el porcentaje de la producción de estos servicios destinada a la demanda intermedia)-. Esta situación es similar a la observada en España⁵⁹ (tabla 4.35), en la que son también estas actividades las que muestran una orientación principalmente a la demanda intermedia.

Tabla 4.35: Orientación del output interior en las actividades de Servicios en España.

Ramras de servicios	Intermedio		Final	
	1980	1995	1980	1995
Comercio, recuper y reparaciones	21,0	29,8	79,0	70,2
Hostelería y restauración	10,4	8,3	89,6	91,7
Transporte y act anexas	47,0	62,6	53,0	37,4
Correos y telecomunicaciones	63,9	60,3	36,1	39,7
Intermediación fcr y Seguros	85,9	91,8	14,1	8,2
Educación	3,6	8,0	96,4	92,0
Sanidad	0,4	1,4	99,6	98,6
Serv pers e industr	24,9	40,2	75,1	59,8
Admón Pública	0,0	0,0	100	100
TOTAL SERVICIOS	26,6	32,0	73,4	68,0
TOTAL	40,2	39,6	59,8	60,4

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input-Output de España 1980 y 1995, INE.

Pero, lo realmente interesante es examinar si esa mayor integración de los Servicios en el sistema productivo andaluz es debida a un aumento de las relaciones entre este sector y el tejido industrial. Por ello, creemos conveniente analizar las interrelaciones entre las actividades de Servicios y los distintos sectores productivos, tanto a través de los inputs intermedios de Servicios utilizados por los distintos sectores, como a través de la orientación hacia cada sector de los outputs de los Servicios.

D.1) Terciarización de la demanda intermedia.

La demanda intermedia nos permite estudiar el impacto de un sector, en este caso el de los Servicios, en el sistema productivo. Es decir, a través de los inputs intermedios de Servicios que utilizan cada uno de los sectores, en relación con los inputs totales del sector en cuestión (primera y tercera columna de la tabla 4.36) y los utilizados en la economía (columnas segunda y cuarta de la tabla 4.36), se puede realizar el estudio del

⁵⁷ Los denominados servicios a la producción se pueden considerar intensivos tanto en información como en capital humano, o en ambos (Juleff, 1989; Moulaert y Daniels, 1991). “*Su principal función es proveer factores intermedios a las empresas demandantes, para facilitar el desarrollo y la producción de sus productos o asegurar un comportamiento eficiente de la empresa [...]. De ahí que, aunque no llevan consigo una transformación o una producción material directa, son necesarios para completar el ciclo completo de producción en cualquier otro tipo de industria*”. (Cuadrado y otros, 1999).

⁵⁸ En las tablas para Andalucía nos encontramos con el inconveniente de que en las de 1980, como ya hemos comentado, no aparecen desagregadas estas actividades, y al estar junto con algunos servicios de carácter personal –“Servicios personales e industriales”- la orientación de su producción a la demanda intermedia se ve reducida al estar las otras actividades más orientadas a la demanda final.

⁵⁹ La clasificación varía ligeramente, pero no afecta mayormente al contenido de las mismas.

impacto del Sector Servicios en cada uno de los cuatro sectores en que hemos considerado dividido el sistema productivo de Andalucía.

Tabla 4.36: Participación sectorial de inputs de Servicios en Andalucía.

	1980		1995	
	Input serv sector i/ input total sector i	Input serv sector i/ Input total economía	Input serv sector i/ input total sector i	Input serv sector i/ Input total economía
Agricultura	16,91	1,82	28,88	1,31
Industria	23,22	12,03	23,80	7,55
Construcción	24,75	1,73	18,54	2,97
Servicios	60,53	18,43	76,51	36,54
Input total	34,01	34,01	48,36	48,36

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

En la tabla 4.36 observamos que la participación de los inputs de Servicios en el total de los inpus intermedios ha aumentado de 1980 a 1995. Pero quizás, lo más relevante de este aumento, es que el mismo se debe al notable crecimiento en el uso de los Servicios en la producción de su propio sector –la participación de los inputs de Servicios sobre el total de inputs de dicho sector ha aumentado en 16 puntos porcentuales-.

A su vez, la ratio de participación de los Servicios en el total de inputs de la economía andaluza disminuye para la Agricultura –aunque ya era de por sí muy exigua-, y para la industria, mientras que crece para la Construcción, y se duplica para el propio Sector Servicios. De aquí, parece que se puede deducir la existencia de un “**efecto de autoalimentación**” en el Sector Servicios. Este fenómeno cuestiona la posible imbricación entre los sectores Industrial y de Servicios como fuente de explicación del proceso de terciarización de la economía andaluza. Así, el total de insumos de Servicios usados por la Industria en 1995 es del 23’8% frente al 76’5% que usan los Servicios. Por ello, a pesar de que el Sector Servicios posee la mayor participación, tanto en términos de VAB como, sobre todo, de empleo, en la economía andaluza, podemos cuestionar la terciarización como un proceso que implique a toda nuestra economía.

Además, si comparamos con lo que ocurre a escala nacional, podemos comprobar que en España también ha habido un aumento importante en la participación de los inputs de Servicios en el total de inputs intermedios. Pero lo que más nos interesa destacar es que, en este caso, además de aumentar en el propio Sector Servicios, también ha crecido la participación de éstos en la Industria –se pasa del 17’8% al 27’4%-.

Tabla 4.37: Participación sectorial de inputs de Servicios en España.

	1980		1995	
	Input serv sector i/ input total sector i	Input serv sector i/ Input total economía	Input serv sector i/ input total sector i	Input serv sector i/ Input total economía
Agricultura	15,79	1,28	19,93	0,76
Industria	17,76	9,05	27,43	11,60
Construcción	22,55	2,07	23,56	3,12
Servicios	46,94	14,91	60,42	24,57
Input total	27,31	27,31	40,05	40,05

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de España, 1980 y 1995.

También es destacable el aumento en la participación de los inputs de Servicios sobre los totales para el caso de la Agricultura en Andalucía, que se incrementa en unos 12 puntos porcentuales en el período considerado, mientras que en España sólo aumenta en 4'1 puntos porcentuales. Ese aumento de los inputs de Servicios en el Sector Primario – le hemos denominado Agricultura en la tabla, pero engloba a las ramas: “Agricultura”, “Ganadería”, “Pesca” y “Silvicultura”- se produce básicamente en la rama de “Agricultura” y, casi exclusivamente, debido a la rama de “Comercio, recuperación y reparaciones”.

Centrándonos en Andalucía, nos detendremos en el estudio de la relación entre Industria y Servicios, pues, como hemos dicho, las actividades industriales orientan parte de su demanda intermedia hacia las distintas ramas del Sector Servicios, y su evolución puede ser de suma importancia. Para ver con más detalle la relación entre Industria y Servicios a través de los inputs intermedios de Servicios, vamos a dividir ambos sectores en sus ramas, para ver la participación de los inputs de cada rama de Servicios en cada rama de la industria, con respecto a los inputs totales de la rama industrial en cuestión.

En las tablas A3.1 y A3.2 del anexo 3, podemos ver que la estructura de la demanda intermedia de la industria andaluza se ha caracterizado, en el período de análisis, por la estabilidad en la terciarización de los consumos industriales de servicios intermedios. Así, el porcentaje de inputs intermedios de Servicios sobre los inputs totales del Sector Industrial han permanecido constantes –23'2% en 1980 y 23'8% en 1995-. Pero esta estabilidad no se produce en todas las ramas de la Industria, ni para todas las ramas de Servicios⁶⁰.

Los inputs de Servicios representaban en 1980 el 24% del total de consumos intermedios, y en 1995 este porcentaje ha ascendido hasta el 39%. Los inputs de Servicios interiores representaban en 1980 el 34'1% sobre el total de consumos interiores, alcanzando en 1995 el 48'3%. La ratio entre inputs interiores e inputs totales ha descendido en estos años en las ramas del Primario y de la Industria, lo que significa que el sistema productivo andaluz ha necesitado importar más inputs terciarios para cubrir la demanda intermedia en estas ramas. En el caso de las ramas de Servicios, se puede decir que ha permanecido estable, pues esta pequeña variación –del 90'76 al 91'39- puede estar influida por el diferente tratamiento en las importaciones en las ramas de Servicios en las dos tablas (véase tabla 4.38).

Tabla 4.38: Inputs terciarios interiores/Inputs terciarios totales.

	1980	1995
Ramas del Primario	97,37	88,66
Ramas Industriales	89,53	77,87
Ramas de la Construcción	90,23	88,36
Ramas de Servicios	90,76	91,39
Total ramas	90,62	88,73

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Según los datos anteriores, las mayores necesidades de importación de inputs de Servicios para satisfacer la demanda intermedia se da en las ramas Industriales. En las

⁶⁰ Para un análisis de las ramas que han aumentado o disminuido sus interrelaciones véase Asián, 2002b.

tablas A3.3 y A3.4 del anexo 3 hemos dividido las ramas de la Industria y las de los Servicios –de modo que sean comparables los datos de 1980 y 1995–, para poder ver cuáles son las ramas Industriales que precisan importar más inputs terciarios para satisfacer su demanda intermedia, así como cuáles son las ramas de Servicios que se necesitan importar en mayor medida.

En 1980 la rama Industrial con más necesidades de importar inputs de Servicios para satisfacer su demanda intermedia era “Industria del tabaco”, ya que la producción interior de servicios sólo cubría el 25’3% de su demanda intermedia. Sin embargo en 1995 se produce un aumento importante en la proporción de inputs regionales de Servicios sobre los totales en esta rama, mientras que en “Metalurgia” sucede lo contrario, pasando a ser la rama industrial más necesitada de inputs terciarios exteriores.

Casi todas las ramas industriales han visto disminuir entre 1980 y 1995 el porcentaje de inputs regionales de Servicios sobre los totales, siendo este descenso especialmente significativo en las ramas de “Vinos y alcoholes”, “Química básica” y “Metalurgia”. Por su parte, las ramas de Servicios de las que el total de la Industria requiere de más importaciones para satisfacer su demanda intermedia son, en 1980 “Hostelería y restauración” y “Transporte y almacenaje”, y en 1995 “Transporte y almacenaje” y “Seguros”.

En la tabla de 1995, no se constata necesidad de importar servicios de “Administración Pública” por las ramas industriales, pues en esta tabla, toda la producción de esta rama de Servicios aparece destinada a la demanda final. Por su parte, también es significativa la diferencia entre 1980 y 1995 en las ramas de “Educación” y “Sanidad”, ya que en 1995 no aparecen apenas consumos intermedios de estas ramas por parte de la Industria. Por tanto, quizás lo cambios más relevantes se producen en las ramas de “Comunicación”, “Intermediación financiera”, “Seguros” y “Servicios personales e industriales”, cuya demanda intermedia por parte de la Industria era cubierta totalmente con la producción regional en 1980, mientras que en 1995 aparecen necesidades de importación. Igualmente destaca, pero en sentido inverso, la rama de “Hostelería y restauración”.

D.2) El output de los servicios como medida de la integración de los Servicios.

Comprobamos anteriormente (véase tabla 4.34) que las actividades de Servicios se orientan principalmente a la demanda final, pero que en estos 15 años ha aumentado la orientación a la demanda intermedia, principalmente en aquellas ramas pertenecientes a los denominados servicios a la producción. Ahora lo que relamente nos interesa es ver si el aumento en el destino a la demanda intermedia se dirige al Sector Industrial, o si también en este caso todo permanece en el propio Sector Servicios.

En la tabla 4.39, representamos la orientación intermedia del output interior de Servicios, hacia los cuatro sectores en que hemos considerado dividido el sistema productivo andaluz. En ella podemos comprobar que la mayor orientación hacia la demanda intermedia del output terciario no se debe a un aumento en su destino a la demanda intermedia industrial, cuya proporción desciende en el período de estudio –pasa del 8’65% al 4’18%–, sino al aumento de la proporción de outputs terciarios destinados a la demanda intermedia del propio Sector Servicios. Por lo tanto, más que de integración de los servicios con el sistema productivo, podemos decir que lo que se

produce es una mayor integración de este sector consigo mismo. Es decir, se confirma lo ya comentado anteriormente a raíz del análisis de los inputs: existe un proceso de “autoalimentación” dentro del Sector Servicios⁶¹.

Tabla 4.39: Participación sectorial de la demanda intermedia de outputs interiores de Servicios en Andalucía.

	1980		1995	
	Output serv sector i/ Output total servicios	Output serv sector i/ Output total economía	Output serv sector i/ Output total servicios	Output serv sector i/ Output total economía
Agricultura	1,31	0,53	0,73	0,39
Industria	8,65	3,52	4,18	2,26
Construcción	1,24	0,51	1,64	0,89
Servicios	13,25	5,38	20,26	10,96
Output total	24,45	9,94	26,81	14,50

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla 4.40: Participación sectorial de la demanda intermedia de outputs interiores de Servicios en España.

	1980		1995	
	Output serv sector i/ Output total servicios	Output serv sector i/ Output total economía	Output serv sector i/ Output total servicios	Output serv sector i/ Output total economía
Agricultura	1,25	0,51	0,60	0,31
Industria	8,82	3,64	9,26	4,77
Construcción	2,02	0,83	2,49	1,28
Servicios	14,52	5,99	19,63	10,10
Output total	26,60	10,98	31,99	16,45

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de España, 1980 y 1995.

Nuevamente, si comparamos con la situación a escala nacional comprobamos que el comportamiento del Sector Servicios en Andalucía no refleja totalmente lo ocurrido en la media española. Así, en España también hay un aumento en el porcentaje de outputs terciarios destinados a la demanda intermedia, y también son los propios Servicios los que más aumentan en su participación en los outputs terciarios, pero en este caso también se produce un aumento –y no una disminución como en Andalucía– en la proporción de outputs terciarios destinados a la demanda intermedia del Sector Industrial.

D.3) Terciarización de la Industria en Andalucía.

Hemos visto que la oferta interior de Servicios se destina principalmente a la demanda final, y que dentro de la demanda intermedia el aumento se ha producido dentro del propio Sector Servicios, y no en la demanda intermedia de outputs terciarios por parte de la Industria. Pero, en este subepígrafe, para ver más claramente si el crecimiento de los Servicios ha servido para impulsar una reorientación de la oferta interior hacia el consumo intermedio, lo que reflejaría una mayor especialización productiva orientada a

⁶¹ Para ver las variaciones por ramas puede consultarse Asián, 2002.

las nuevas demandas por parte del resto de sectores, vamos a utilizar los índices de terciarización directa⁶² (a partir de ahora TD), contenidos en la tabla A3.5 del anexo 3.

El promedio sin ponderar de los índices de terciarización directa calculados sobre los coeficientes totales pasa de 0'100 a 0'111 –lo cual significa un aumento del 11'3%-, cuando la terciarización calculada sobre los coeficientes interiores aumenta tan sólo un 1'4%, lo cual parece indicar que el crecimiento de la terciarización industrial en Andalucía tiene como consecuencia el aumento de la cuota de *inputs* terciarios importados⁶³.

En 1980 dieciseis sectores manufactureros se encontraban por encima del promedio regional de terciarización por coeficientes totales, mientras en 1995 tan sólo son trece. Con los coeficientes interiores la evolución es similar, pasando de quince a once sectores. Hay que destacar nueve sectores, cuyos índices de terciarización directa interior y total disminuyen, pasando de estar por encima a estar por debajo de la media entre 1980 y 1995⁶⁴.

Las ramas que en 1980 estaban por debajo de la media en ambos índices y en 1995 se encuentran por encima son: “Industrias extractivas”; “Industria de la madera, del corcho y muebles”; y “Edición y artes gráficas”. Con respecto a los coeficientes totales, además de las ramas comentadas anteriormente, pasan a situarse por encima de la media en 1995 “Refino de petróleo”; “Caucho y plástico”; “Productos cerámicos, etc.”; y “Captación, depuración y distribución de aguas”. Sin embargo, sobre los inputs interiores, tan sólo pasan a estar por encima de la media en 1995, además de las señaladas para ambos índices, “Industria del vidrio y de la piedra”⁶⁵.

Por lo que se refiere a la evolución conjunta de los dos índices, queremos destacar que existen nueve sectores que reflejan un crecimiento del índice interior con respecto al basado en los inputs totales: “Industria del tabaco”; “Industria de la confección y la peletería”; “Industria de la madera y del corcho y muebles”; “Edición y artes gráficas”; “Industria del vidrio y de la piedra”; “Construcción de maquinaria y equipo mecánico”; “Fabricación de maquinaria y material eléctrico y electrónico”; “Vehículos de motor, remolques y semiremolques”; y “Otras industrias manufactureras”⁶⁶. Todas estas ramas

⁶² Véase Cuadrado y Allende (1995).

⁶³ Esto viene a corroborar lo que ya concluyeron Cuadrado y Allende (1995) en el estudio que realizaron con las tablas de 1980 y 1990. Este aumento de los inputs terciarios importados también ha sido demostrado en el apartado D.1, a partir de la disminución en la proporción de los inputs interiores sobre los totales.

⁶⁴ Nos referimos a “Elaboración de conservas de pescado y vegetales”; “Fabricación de grasas y aceites”; “Industrias lácteas”; “Industria textil”; “Industria del cuero y del calzado”; “Fabricación de productos químicos básicos”; “Industria del papel”; “Producción y distribución de energía eléctrica” y “Producción y distribución de gas y vapor de agua”.

⁶⁵ Habíamos visto a partir del análisis de los cocientes entre inputs intermedios terciarios interiores y totales, que éstos disminuían prácticamente para todas las ramas industriales en el período de análisis. Dentro de las ramas para las que no disminuye, sino que aumenta, están “Industria de la madera”, “Artes gráficas” e “Industria del vidrio”, ramas para las que sus índices de TD interior han pasado en estos años a estar por encima de la media.

⁶⁶ Todas estas ramas habían aumentado la proporción de inputs intermedios terciarios interiores sobre los totales, como vimos a través de los datos de las tablas A3.3 y A3.4.

presentaban índices de terciarización baja en 1980 –todas estaban por debajo de la media en el índice de terciarización interior, y tan sólo dos estaban por encima de la media en el total: “Industria de la madera y del corcho y muebles”, e “Industria del vidrio y de la piedra”, que son las dos únicas que han pasado a estar por encima de la media en el índice interior en 1995, junto con “Edición y artes gráficas”.

Resumiendo, como ya comentaron Cuadrado y Allende (1995) para la evolución entre 1980 y 1990, podemos afirmar para el caso de la evolución hasta 1995 que son aquellas ramas que parten de niveles bajos de terciarización las que encuentran respuesta a su demanda de Servicios en la oferta interior, lo que parece sugerir, en principio, que se trata de servicios con un bajo nivel de especialización.

Para poder valorar mejor los cambios que se han producido debería tenerse en cuenta también el contenido de *input* terciario que está contenido en todos los *inputs* Industriales, es decir, los requerimientos totales, tanto directos como indirectos, de *inputs* de Servicios de cada rama Industrial. En la tabla A3.6 del anexo 3 hemos calculado los índices de terciarización total.

En este caso ha aumentado más el promedio no ponderado de índices interiores que el total, y, a su vez, han disminuido el número de sectores que estaban por encima de la media en los índices interiores y han aumentado en los totales. Hay cinco sectores cuyos coeficientes interiores y totales se mantienen por encima de la media para los dos años considerados, tanto en el cálculo de la terciarización directa como en la total: “Elaboración de vinos y alcoholes”; “Elaboración de cervezas y bebidas no alcohólicas”; “Fabricación de otros productos químicos”; “Cemento, cal, yeso y sus derivados”; y “Construcción y reparación naval”.

E) Distribución de los consumos intermedios de servicios.

Hemos visto anteriormente, que el Sector Servicios parece mantener la mayor parte de sus relaciones productivas consigo mismo. Sin embargo, también existen ciertas relaciones con los otros sectores. Ahora queremos analizar, por un lado, cuáles son los principales proveedores de consumos intermedios de las ramas de Servicios consideradas y, por otro, cuáles son los principales consumidores de outputs intermedios de las mismas, distinguiendo entre las distintas ramas que componen cada sector, para comparar si se han producido cambios entre 1980 y 1995.

Las ramas de Servicios, exceptuando las de “Intermediación financiera⁶⁷” y “Seguros”, tenían en 1980 unos porcentajes elevados de sus consumos intermedios en los procedentes del sector industrial⁶⁸. En particular, la Industria Agroalimentaria

⁶⁷ Como hemos agrupado los Servicios Financieros Medidos Indirectamente en la rama de “Intermediación Financiera”, esto hace que varíen las proporciones, ya que los SFMI consumen el 100% de sus inputs intermedios de dicha rama, por lo que en nuestro análisis se ven inflados estos datos. Si separamos los SFMI, la rama de “Intermediación Financiera” consume el 51% de sus inputs intermedios de “Servicios personales e industriales”.

⁶⁸ Estos inputs intermedios procedentes de la Industria representan el 31’8% de los consumos intermedios del Sector Servicios. Se sitúan por encima de la media del sector las ramas de “Hostelería y restauración” (63’8), “Transportes” (45’0), “Correos y telecomunicaciones” (40’1), “Educación” (49’0) y “Sanidad” (37’6).

representa una proporción importante en las ramas de “Hostelería y restauración” (48’7%), así como en “Educación” (22’8%) y “Sanidad” (18’8%).

Ahora bien, como podemos apreciar en las tablas A3.7 y A3.8 del anexo 3, la parte más importante de los inputs intermedios de las ramas de Servicios proceden del propio sector Servicios⁶⁹ –el 61% de los inputs intermedios del sector⁷⁰-. Dentro de él, una de las principales ramas es la de “Servicios personales e industriales”, debido a los Servicios a Empresas que están incluidos en la misma. Estos servicios son de especial relevancia para “Seguros”, “Comercio, recuperación y reparaciones” y para “Sanidad”, así como para los propios “Servicios personales e industriales”.

Los Servicios presentan unos porcentajes muy pequeños de consumos intermedios del Sector Primario en 1980. La mayoría de las ramas no realizan consumos intermedios de este sector para su producción, o estos porcentajes son insignificantes, destacando únicamente en “Hostelería y restauración”, y algo en “Sanidad” y “Educación”. En 1995 estos consumos disminuyeron apreciablemente, pasando a ser irrelevantes en las dos últimas ramas aludidas. También disminuyó considerablemente la proporción de inputs intermedios de la Industria Agroalimentaria en “Sanidad” y “Educación”.

En 1995 disminuyen de forma apreciable los porcentajes de inputs intermedios industriales en todas las ramas de Servicios⁷¹ –excepto en “Sanidad” que aumenta-; lo que se ha traducido en un aumento importante del porcentaje de consumos intermedios del propio sector Servicios⁷². Esto significa que se produce un aumento en la participación de este sector en su propia producción, como venimos comentado reiteradamente en nuestro análisis.

La rama de Servicios que más ha aumentado en la proporción de consumos intermedios del conjunto de ramas de los Servicios ha sido la de “Servicios personales e industriales”, que también ha aumentado su proporción en el total del sistema productivo –pasa del 4’7% al 13’3%-. Las ramas que han aumentado principalmente sus proporciones de consumos intermedios de “Servicios personales e industriales” han sido “Correos y telecomunicaciones”, “Educación”, “Administración Pública”, la propia rama de “Servicios personales e industriales”, habiendo descendido en el caso de “Seguros”.

Prácticamente todas las ramas de Servicios aumentan la proporción de consumos intermedios de ellas mismas⁷³, siendo especialmente significativo en los casos de

⁶⁹ Como ya habíamos comprobado anteriormente a través del estudio de la participación de los inputs terciarios sobre los totales.

⁷⁰ La economía andaluza en su conjunto consume el 34’1% de sus inputs intermedios del Sector Servicios. Esto quiere decir que si este sector tiene el 61% de sus inputs intermedios en los procedentes de él mismo, podemos decir que es realmente importante el uso de los Servicios en su propia producción.

⁷¹ Los inputs industriales en el Sector Servicios pasan del 21’1% al 14’8% en el período de análisis.

⁷² Los inputs intermedios del Sector Servicios procedentes del propio sector han aumentado desde el 60’5% de 1980 hasta el 76’5% de 1995.

⁷³ Esto se debe en gran medida a un cambio de metodología entre ambas tablas, que hace que en 1995 aparezcan más inflados los datos de la diagonal principal. Así, por ejemplo, en 1980 de las empresas que trabajaban a maquila aparecía su estructura de coste, pero no su producción.

“Correos y telecomunicaciones” y “Sanidad”, ramas que en 1980 apenas consumían inputs intermedios de la propia rama, y que en 1995 presentan unos porcentajes elevados de éstos.

Se observa una diferencia significativa entre el porcentaje de inputs intermedios totales de la Industria y el de inputs intermedios interiores. Esto indica que existe una proporción importante de estos inputs procedentes de fuera de la región –o sea, que son importados-. Si calculamos el porcentaje de la demanda intermedia de productos industriales por parte de las ramas de Servicios cubierto por la producción interior, a partir de ahí sabemos que el resto tiene que cubrirse con la importación de estos productos industriales.

En la tabla A3.9 del anexo 3 vemos que del total de la demanda intermedia de productos industriales por el Sector Servicios, el 63’9% era proporcionado por la producción interior. La rama de Servicios que necesita más importaciones, al cubrirse un porcentaje menor de la demanda intermedia de productos industriales con la producción regional, es la de “Comunicaciones”. En el extremo opuesto, la rama de Servicios para la que la proporción de la demanda intermedia de productos industriales es mayormente cubierta con la producción interior es la de “Hostelería y restauración”⁷⁴.

También en 1995 los inputs interiores industriales son menores que los totales, debido a la necesidad de importación de estos inputs. Para el Total de los Servicios ha disminuido el porcentaje de inputs intermedios interiores sobre los totales de productos industriales, lo que significa que han aumentado las necesidades de importación. Concretamente, las ramas de Servicios para las que ha sucedido esto son las de “Hostelería y restauración”; “Seguros”; “Educación”; “Sanidad” y “Servicios personales e industriales”.

Si atendemos a la orientación de los outputs intermedios de las ramas de Servicios –es decir, de la producción de cada una de estas ramas destinada a consumos intermedios⁷⁵, a la proporción consumida por las distintas ramas productivas-, nos encontramos con los datos recogidos en las tablas A3.11 y A3.12 del Anexo 3. En este caso también se observa un aumento considerable en el porcentaje de outputs intermedios consumidos por la propia rama entre 1980 y 1995⁷⁶.

⁷⁴ Por otra parte, la rama de la Industria que presenta un menor porcentaje de cobertura con la producción regional es la de “Metalurgia”, seguida de “Automóviles”. Sin embargo, ciertas ramas de la Industria cubren todas las demandas intermedias de los servicios con la producción andaluza: “Industrias extractivas”, “Refino de petróleo”, “Fabricación de cemento, cal, etc.”, “Cerámica, azulejos, etc.”, “Construcción naval”, “Producción y distribución de gas y vapor de agua” y “Captación, depuración y distribución de agua”. Concretamente, si analizamos por ramas de la Industria y ramas de Servicios, las mayores necesidades de importación se dan por ejemplo en “Comercio, recuperación y reparaciones” respecto a “Textil”; “Comunicación” de “Cuero y calzado”; “Transporte y almacenaje”, “Comunicación”, “Seguros”, “Educación” y “Sanidad” de “Papel y cartón”; etc. En todos estos casos, el total de la demanda intermedia de estas ramas de la Industria por parte de dichas ramas de los Servicios es cubierta por las importaciones.

⁷⁵ Ya hemos visto en la tabla 4.34 la proporción del output interior destinado a demanda intermedia y a demanda final. Ahora, vamos a tomar como 100 el total de output destinado a demanda intermedia, y vamos a ver qué proporción es consumida por cada rama productiva.

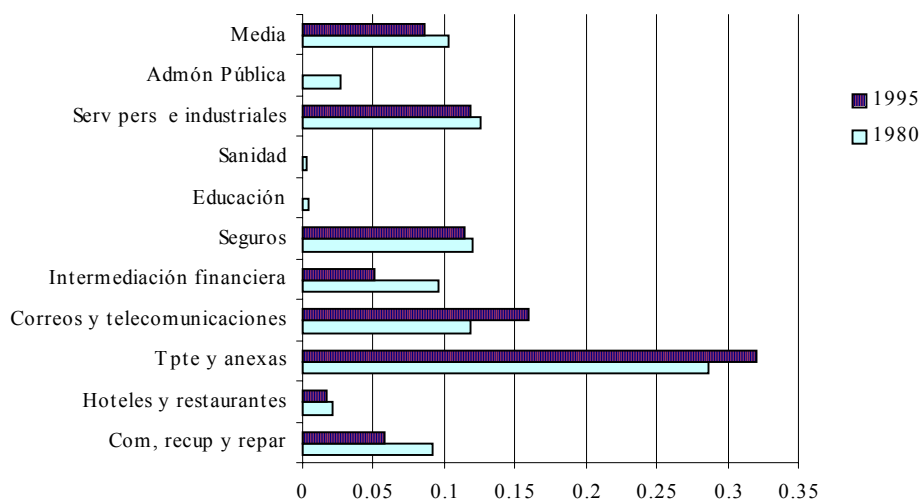
⁷⁶ Este aumento es especialmente significativo en el caso de “Sanidad”, que en 1980 presentaba un porcentaje de demanda intermedia de la propia rama del 0% y en 1995 es la rama que presenta mayor porcentaje de autodemanda intermedia: 80,29%. El único que disminuye en este sentido es “Seguros”.

En 1980, la demanda intermedia de “Servicios personales e industriales” la realizaba principalmente el sector Servicios, dentro del cual la rama que presenta el mayor porcentaje es la de “Comercio, recuperación y reparaciones”. El sector Industrial también consume una parte importante de la demanda intermedia de esta rama, jugando un papel importante la Industria Agroalimentaria. En 1995 tanto la Industria Agroalimentaria como el Resto de la Industria disminuyen la proporción que representan en la demanda intermedia de “Servicios personales e industriales”, aumentando principalmente la proporción de los propios “Servicios personales e industriales”, así como de “Administración Pública”.

En 1995 han aumentado las proporciones de consumos intermedios por parte de los “Servicios personales e industriales” en todas las ramas de Servicios, exceptuando “Administración Pública” –que no destina outputs a consumos intermedios en la tabla de 1995- y “Sanidad”. Esto significa que esta rama mantiene más relaciones con el resto de ramas de Servicios que en 1980. Aquí también hay que tener en cuenta el fenómeno de la “externalización” de algunas actividades de Servicios a Empresas, que antes eran realizadas por la propia empresa y que ahora se compran a una empresa externa especializada en la prestación de dichos servicios.

La producción de Servicios destinada a la producción de manufacturas –se incluye Energía, Industria y Construcción- ha descendido en promedio en estos 15 años, situándose por debajo del 10%, lo que revela la ascendente importancia de las relaciones servicio-servicio. Las únicas actividades de Servicios que ven incrementar la proporción de la demanda intermedia por parte de la Industria sobre la demanda total de servicios son las de “Correos y Telecomunicaciones” y las de “Transportes y Actividades anexas”, como podemos apreciar en el siguiente gráfico.

Gráfico 4.3: Demanda intermedia de Servicios por parte de la Industria sobre la demanda total de Servicios en Andalucía, 1980-1995.



Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

F) Interrelaciones de las actividades de Servicios con el resto del sistema productivo.

Para ver los cambios producidos en las conexiones existentes entre las diversas actividades que componen el Sector Servicios y el resto del sistema productivo andaluz,

vamos a basarnos en lo que nos indican los coeficientes técnicos y los coeficientes de la matriz inversa de Leontief⁷⁷. Las actividades de Servicios se agregan en las diez ramas que aparecen recogidas en el cuadro 2 del anexo 3, para poder comparar los datos de los dos años en cuestión –1980 y 1995-.

A través de los coeficientes técnicos podemos ver qué porcentaje de la producción efectiva de cada rama requiere de consumos intermedios a otras ramas productivas y qué porcentaje es debido a la generación de Valor Añadido. Lo primero que podemos observar a partir de los coeficientes calculados para 1980 y 1995 –ver tablas A3.13 y A3.14 en el anexo 3-, es que para el total permanecen prácticamente estables las proporciones de la producción destinada a consumo intermedio y a VAB. La Industria es el sector que más consumos intermedios de su propio sector utiliza por cada unidad de producción.

En el Sector Servicios, todas las ramas consideradas –excepto “Educación” que disminuye, e “Intermediación financiera” que permanece estable- han visto aumentar sus requerimientos de consumos intermedios para cada unidad de producción efectiva. Estos aumentos son especialmente significativos en algunas ramas de los Servicios, como “Correos y telecomunicaciones”, “Seguros” y “Servicios personales e industriales”. Esto significa que por cada unidad producida, por ejemplo por la rama de “Seguros”, en 1995 son necesarios más consumos intermedios, es decir, más bienes o servicios producidos por la propia rama o por otras que en 1980. Esto, a su vez, también indica que en 1995 en el valor de cada unidad producida de “Seguros” tiene menos peso lo correspondiente a Sueldos y Salarios, Excedente de explotación, etc., es decir, los componentes del VAB⁷⁸.

Por un lado, en todas las ramas de Servicios, exceptuando la de “Administraciones Públicas”⁷⁹, han aumentado los consumos intermedios realizados a la propia rama⁸⁰,

⁷⁷ Antes de hacer comentarios, es necesario advertir de las limitaciones que presentan los datos sobre los que basaremos las conclusiones. Al hacer agregaciones entre las distintas ramas de actividad, de cara a simplificar el análisis y a posibilitar las comparaciones entre 1980 y 1995, estamos introduciendo una serie de restricciones que obligan a tomar los datos con la debida cautela. Por un lado, los coeficientes de una rama en la que se han agregado otras muchas ramas –por ejemplo los “Servicios personales e industriales”, que se corresponden en 1995 con las ramas 67 a 76 y 82 a 89-, son un promedio de los coeficientes de las ramas que la integran, con el inconveniente de que este promedio puede ser difícil de interpretar si los datos que lo componen presentan una gran dispersión, lo cual no lo podemos saber si sólo contamos con el promedio. Por otro lado, los elementos de la matriz inversa se verán afectados, entre otras cosas, por las agregaciones. Teniendo en cuenta estas limitaciones, vamos a proceder a utilizar los datos resultantes de estas agregaciones, porque lo que nos interesa realmente es ver la evolución que se produce entre los dos años considerados, y en ambos años vamos a utilizar agregaciones similares.

⁷⁸ Esto no contradice el que el VAB en los Servicios haya aumentado en estos años. Aquí, lo que estamos comparando es la participación del VAB y de los consumos intermedios en la producción efectiva. En este caso, como ya vimos al principio en la tabla 4.26, ha aumentado la proporción de consumos intermedios sobre el total de la producción de Servicios, con lo cual, en términos relativos disminuye la participación del VAB. Pero como la producción efectiva ha aumentado en dicho periodo, han crecido tanto los consumos intermedios como el VAB, variando lo que es el reparto proporcional entre ambos.

⁷⁹ Posiblemente por la exclusión de las empresas públicas de esta rama.

⁸⁰ Ya hemos comentado, que esto se debe en parte al cambio de metodología entre ambas tablas, así como, para algunas ramas de servicios, a los procesos de “externalización”.

De las ramas de Servicios, las que más consumen de sí mismas para producir son las de “Intermediación financiera”, con más del 70% en ambos años; “Transporte”, que pasa del 4% a casi el 18% entre 1980 y

especialmente en “Sanidad”, “Correos y Telecomunicaciones” y “Transporte”. De todos modos, la proporción de consumos intermedios en las ramas de Servicios son inferiores a los requeridos por la Industria y por la Construcción. En todas las ramas de Servicios se ha producido una disminución en la proporción de consumos intermedios de otros sectores y un aumento en la de las compras dentro del propio sector. Esto sigue apuntando en la dirección que comentábamos anteriormente, de que parece que la producción de Servicios en Andalucía crece por y para los propios servicios principalmente⁸¹.

Si nos referimos a los inputs de Servicios consumidos por el resto de sectores, éstos han aumentado de 1980 a 1995 en el “Sector Primario” y en el conjunto de ramas de la Industria, excepto en las pertenecientes a la “Industria Agroalimentaria” donde han disminuido, así como en la “Construcción”. En todo caso, los inputs de Servicios requeridos por estos sectores como consumos intermedios para su producción son inferiores al 20% del total de sus consumos intermedios⁸².

“Servicios personales e industriales” es la rama que más ha visto aumentar la proporción que supone de las compras realizadas por el resto de ramas o sectores por cada unidad de producción de cada uno de ellos. A su vez, es junto con “Comercio” y “Transportes”, la rama de Servicios que supone una mayor proporción de los consumos intermedios.

A través de la matriz inversa, teniendo en cuenta que hemos agregado algunas ramas y, como hemos dicho, las agregaciones producen distintos efectos, podemos obtener algunos datos más sobre las relaciones entre estas ramas consideradas. Así, cada elemento A_{ij} de la matriz inversa –supongamos $i=$ “Construcción”, y $j=$ “Servicios personales e industriales”- permite conocer en cuánto aumenta la producción de la rama

1995, y las de “Servicios personales e industriales”, que utilizaba el 3’5% de recursos procedentes de su propia rama en 1980 y en 1995 requería el 11%.

⁸¹ En 1980 seis de las ramas consideradas –“Hostelería y restauración”; “Transportes y actividades anexas”; “Correos y telecomunicaciones”; “Educación”; “Sanidad”; y “Servicios personales e industriales”-, compraban menos del 50% de sus consumos intermedios al propio Sector Servicios. Sin embargo, en 1995, la mayor parte de las ramas de Servicios consumen más del 60% de sus consumos intermedios de las propias ramas de Servicios. Concretamente, “Seguros” compra más del 90% de sus consumos intermedios dentro del sector servicios, principalmente de la rama de “Intermediación financiera”. La rama de Servicios que ha experimentado un mayor aumento en la proporción de compras dentro del propio Sector Servicios es la de “Correos y telecomunicaciones”, especialmente por el aumento en el porcentaje de consumos intermedios de su propia rama y de la de “Servicios personales e industriales”. Las dos ramas de Servicios que en 1995 compran más del 50% de sus consumos intermedios fuera del Sector Servicios son las de “Hostelería y restauración”, que requiere de un aporte importante de inputs procedentes de la Industria Agroalimentaria; y la de “Sanidad”, que consume una parte significativa de sus inputs intermedios de algunas ramas de la Industria, principalmente de “Química”.

⁸² Si agrupamos las ramas del Sector Primario por un lado, así como las de la Industria en “Industria Agroalimentaria” y “Resto de la Industria”, resulta que las ramas de Servicios de las que se necesitaban más consumos intermedios por unidad de producción eran, para el “Sector Primario”: “Transportes” en 1980 y “Comercio, recuperación y reparaciones” en 1995; para la “Industria Agroalimentaria”: “Transportes” y “Comercio” en 1980 y “Transportes” y “Servicios personales e industriales” en 1995; para el “Resto de la Industria”: “Transportes” en 1980 y “Transportes” y “Servicios personales e industriales” en 1995; y para la “Construcción”: “Transportes”, “Comercio” y “Servicios personales e industriales” en los dos años considerados.

i, es decir de “Construcción”⁸³, si se produce un incremento unitario en la demanda final de j, es decir, de los “Servicios personales e industriales”.

Las tablas A3.15 y A3.16 del anexo 3 nos ofrecen información sobre estos elementos de la matriz inversa, así como las sumas por filas y por columnas, las medias y los índices de poder y de sensibilidad. La suma por filas nos indica el efecto sobre la producción de cada rama o sector de los cambios que se produzcan en la demanda final de las restantes ramas de la economía, y nos permite calcular los multiplicadores de una expansión uniforme de la demanda –efecto de recepción o absorción-. A su vez, la suma por columnas proporciona los multiplicadores sectoriales de producción –efecto impulso o de arrastre-.

En 1980, el mayor efecto de recepción correspondía a las ramas de “Industrias extractivas” e “Intermediación financiera”, a gran distancia de los demás. Seguidamente estaban “Agricultura y ganadería”, “Refino de petróleo”, “Metalurgia” y “Química”. En 1995 se producen algunos cambios respecto a 1980. Aunque las dos ramas con mayor efecto de recepción siguen siendo las mismas, ahora “Intermediación financiera” se sitúa en primer lugar. Se produce un aumento en el efecto de absorción de algunas ramas de los Servicios, como “Servicios personales e industriales”, “Transportes y actividades anexas” y “Comercio, recuperación y reparaciones”.

En cuanto a los efectos de arrastre, en ambos años “Intermediación financiera” es la que presenta mayores niveles, destacando significativamente con respecto al resto. Nos parece interesante el aumento en su capacidad de arrastre en estos años en la rama de “Seguros”. Por lo general, son determinadas ramas de la Industria, incluidas las de la Industria Agroalimentaria, las que presentan mayores efecto de impulso.

A partir de los multiplicadores, se pueden definir unos índices: *índice de sensibilidad*⁸⁴, también denominado *índice de recepción*, para los multiplicadores de demanda; e *índice de poder*⁸⁵, también llamado *índice de impulso*, para los de oferta. Por lo que se refiere al índice de poder de dispersión y al índice de sensibilidad⁸⁶, la única rama de actividad que presenta valores superiores a 1 en ambos índices, es decir, que tiene efectos de recepción y de arrastre superiores a la media en los dos años considerados, es la de “Intermediación financiera”, que mantiene su índice de sensibilidad, pero disminuye el de poder en 1995. De las ramas de Servicios, “Transporte y actividades anexas” y “Servicios personales e industriales”, presentan un índice de sensibilidad superior a la unidad en los dos años considerados.

Según los valores calculados para el índice de poder, parece que son las ramas de la Industria, las que ejercen un mayor efecto de arrastre en la economía andaluza: “Metalurgia”, “Refino de petróleo”, “Química”, “Energía eléctrica”, “Producción de gas”, las ramas de la “Industria Agroalimentaria” –concretamente: “Otros productos

⁸³ En 1980 este aumento fue de 0'023 y en 1995 de 0'013.

⁸⁴ Ofrece una medida de la sensibilidad de cada rama ante variaciones generalizadas en la demanda final del resto.

⁸⁵ Los índices de poder o de impulso son un reflejo de la capacidad de arrastre de las ramas en cuestión.

⁸⁶ Los comentarios sobre los datos de estos índices se han de tomar con precaución, ya que los mismos presentan muchas limitaciones.

alimenticios”⁸⁷, “Industrias cárnicas”, “Industrias lácteas” y “Elaboración de bebidas”-, “Papel y cartón”, etc. La mayoría de las ramas citadas son precisamente de las denominadas “industrias de enclave”, que se instalaron en nuestra región en la década de los sesenta del pasado siglo.

Tabla 4.41: Sectores con efectos impulso y arrastre por encima de la media, Andalucía 1980, 1995.

1980			1995								
Índice sensibilidad			Índice poder			Índice sensibilidad			Índice poder		
Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector
1	3,11	Industrias extractivas	1	2,66	Intermed fera.	1	2,97	Intermed fera.	1	2,08	Intermed fera.
2	2,97	Intermed fera.	2	1,39	Metalurgia	2	2,32	Industrias extractivas	2	1,54	Madera y otras ind.
3	2,31	Agric y ganadería	3	1,32	Refino petróleo	3	2,22	Serv pers e industr	3	1,32	Seguros
4	2,05	Refino petróleo	4	1,30	Química	4	2,17	Tpte y activ anexas	4	1,26	Metalurgia
5	2,03	Metalurgia	5	1,24	Energía eléctrica	5	2,10	Energía eléctrica	5	1,23	Refino petróleo
6	2,00	Química	6	1,23	Pdón gas	6	2,07	Química	6	1,19	Caucho y plástico
7	1,78	Tpte y activ anexas	7	1,20	Otro mat tpte	7	2,05	Agricult y ganadería	7	1,17	Otros prod alimenticio
8	1,39	Energía eléctrica	8	1,19	Ind cárnicas	8	2,02	Metalurgia	8	1,16	Artes gráficas
9	1,38	Serv pers e industr	9	1,17	Otros prod alimenticio	9	1,29	Comercio, recup y rep	9	1,12	Papel y cartón
10	1,27	Productos metálicos	10	1,16	Textil	10	1,23	Papel y cartón	10	1,11	Ind cárnicas
			11	1,16	Ind lácteas	11	1,22	Refino petróleo	11	1,10	Prod. Metálicos
			12	1,14	Papel y cartón	12	1,08	Maqu y equ mecánico	12	1,09	Confección
			13	1,13	Cemento y vidrio	13	1,05	Mat eléct y electrónic	13	1,09	Cuero y calzado
			14	1,11	Maqu y equ mecánico				14	1,08	Química
			15	1,07	Prod metálicos				15	1,08	Mat eléct y electrónic
			16	1,05	Confección				16	1,07	Energía eléctrica
			17	1,03	Caucho y plástico				17	1,07	Ind. Lácteas
			18	1,03	Cuero y calzado				18	1,06	Cemento y vidrio
			19	1,01	Elaboración bebidas				19	1,05	Elaboración bebidas
									20	1,03	Maqu y equ mecánico
									21	1,02	Construcción
									22	1,02	Pdón gas

Fuente: Elaboración propia.

En las ramas con mayor efecto de recepción, se mantienen prácticamente las mismas, aunque con algunos cambios: “Servicios personales e industriales”, “Transporte y actividades anexas”, “Energía eléctrica” y “Química” aumentan sus índices de sensibilidad, mientras que en “Industrias extractivas”, “Refino de petróleo” y “Agricultura y ganadería” disminuyen. Deja de estar por encima de 1 “Productos metálicos”, mientras que ahora sí lo están “Comercio, recuperación y reparaciones”, “Papel y cartón”, “Maquinaria y equipo mecánico” y “Material eléctrico y electrónico”.

Este método de análisis ha sido criticado en relación con tres aspectos (Titos, 1995): 1) las implicaciones que supone emplear los flujos totales en lugar de los regionales; 2) la falta de consideración del peso relativo de cada rama en todo el conjunto de la economía regional; y 3) la posible concentración de las transacciones intersectoriales en pocas ramas. Por ello, a continuación vamos a operar con los flujos regionales, ponderando cada columna de la matriz inversa de Leontief por la correspondiente demanda final, y consideraremos los coeficientes de variación. Estos nuevos multiplicadores, basados en

⁸⁷ En esta rama se incluyen: grasas y aceites, conservas vegetales y de pescado, molinería, etc.

lo que realizó Titos (1995) para el Complejo Agroalimentario con las tablas de 1990, se denominan multiplicadores corregidos de oferta y demanda.

En las tablas A3.17 y A3.18 del anexo 3, se ofrecen los datos de la matriz inversa de Leontief, con la desagregación que venimos utilizando, ponderada por la demanda final regional. Al utilizar los flujos regionales y con las correspondientes ponderaciones, en general, todos los coeficientes y en ambos años disminuyen considerablemente. También se producen cambios en los índices calculados, que van a dar lugar a que haya cambios en las ramas que van a protagonizar los mayores efectos de absorción y arrastre en la economía andaluza. Lo primero que destacamos es la pérdida de protagonismo de “Intermediación financiera”, que pasa a ser asumido por “Comercio, recuperación y reparaciones” que, según vimos cuando calculamos los índices de especialización, es una de las actividades en la que nuestra Comunidad se muestra especializada.

La mayor parte de ramas Industriales dejan de ser tan significativas, con la excepción de “Otros productos alimenticios”, que ahora se muestra más relevante en ambos años. Sin embargo, pasan a tener mayores efectos de absorción y arrastre, ciertas ramas de los servicios: la ya mencionada “Comercio, recuperación y reparaciones”, junto a “Hostelería y restaurantes”, “Administración Pública”, “Sanidad” y “Educación”⁸⁸, así como “Servicios personales e industriales” y “Transportes y anexas”. También aumentan sus efectos “Agricultura y ganadería” y “Construcción”.

En 1995 la mayor parte de las ramas con efectos de arrastre por encima de la media, ven aumentar los valores de sus índices de poder: “Comercio, recuperación y reparaciones”, “Construcción”, “Servicios personales e industriales”, “Hostelería y restaurantes”, y “Sanidad”. Por otro lado, disminuyen los de “Otros productos alimenticios”, “Administración Pública”, “Agricultura y ganadería” y “Transportes y anexas”. Este mismo comportamiento en estos sectores se manifiesta en los índices de sensibilidad.

Tabla 4.42: Sectores con índices de sensibilidad y de poder corregidos por encima de la media.

1980			1990			1995			1995		
Índice sensibilidad corregido			Índice poder corregido			Índice sensibilidad corregido			Índice poder corregido		
Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector	Posi	Índ	Sector
1	4,36	Comercio, recup y rep	1	5,30	Otros prod alimenticio	1	5,86	Comercio, recup y rep	1	6,62	Comercio, recup y rep
2	3,53	Agric y ganadería	2	4,58	Comercio, recup y rep	2	4,81	Serv pers e industr	2	6,10	Construcción
3	3,48	Otros prod alimenticio	3	3,88	Construcción	3	4,76	Construcción	3	3,59	Otros prod alimenticio
4	2,95	Construcción	4	2,95	Hostelería y rtes.	4	2,46	Agricult y ganadería	4	3,51	Serv pers e industr
5	2,58	Refino petróleo	5	2,52	Agric y ganadería	5	2,46	Otros prod alimenticio	5	3,03	Hostelería y rtes.
6	2,55	Serv pers e indutr	6	2,15	Admón Pública	6	2,09	Hostelería y rtes	6	2,12	Sanidad
7	2,31	Tpte y activ anexas	7	2,07	Serv pers e indutr	7	1,88	Sanidad	7	2,06	Admón Pública
8	2,07	Hostelería y rtes	8	1,82	Refino petróleo	8	1,85	Tpte y activ anexas	8	1,71	Agric y ganadería
9	2,01	Admón Pública	9	1,81	Tpte y activ anexas	9	1,57	Admón Pública	9	1,62	Educación
10	1,31	Elaboración bebidas	10	1,65	Elaboración bebidas	10	1,48	Educación	10	1,28	Tpte y activ anexas
11	1,00	Sanidad	11	1,13	Sanidad	11	1,30	Intermed fcra.			
			12	1,04	Otro mat tpte						

Fuente: Elaboración propia.

⁸⁸ Ya vimos que Andalucía se especializa en las actividades relacionadas con el comercio, turismo y servicios públicos.

Destacamos, por tanto, que las ramas con mayor efecto impulso en la economía andaluza son las pertenecientes al Sector Servicios, así como las relacionadas con el Sector Primario, como “Agricultura y ganadería”, “Construcción” y algunas ramas de Industria Agroalimentaria.

Hemos calculado los coeficientes de variación de los elementos de la matriz inversa tanto por filas como por columnas, pues aquellas ramas cuyos coeficientes de variación sean inferiores a la media⁸⁹ serán las que repartan o reciban los efectos de una mayor variedad de ramas. Por tanto, siguiendo la propuesta de Titos (1995), realizaremos una clasificación sobre el comportamiento estratégico de las ramas productivas andaluzas según lo siguiente:

- Ramas **receptoras**: las que presenten un índice de sensibilidad (IS) superior a la unidad y un coeficiente de variación inferior a la media.
- Ramas **impulsoras**: las que tienen un índice de poder (IP) superior a 1 y un coeficiente de variación inferior a la media.
- Ramas **claves**: las que se comportan a la vez como receptoras e impulsoras.

Según esta clasificación, y basándonos en los datos calculados en las tablas A3.17 y A3.18, obtenemos las siguientes ramas receptoras, impulsoras y claves:

Tabla 4.43: Ramas receptoras, impulsoras y claves, 1980, 1995.

Ramas Receptoras	1980	Agricultura y ganadería (IS= 3.51; CV= 3.83)
		Refino de petróleo (IS= 2.58; CV= 4.24)
		Servicios personales e industriales (IS= 2.55; CV= 4.52)
		Transporte y anexas (IS= 2.31; CV= 3.99)
1995	Servicios personales e industriales (IS= 4.81; CV= 4.07)	
	Agricultura y ganadería (IS= 2.46; CV= 3.97)	
	Transporte y anexas (IS= 1.85; CV= 3.36)	
	Intermediación fca. (IS= 1.30; CV= 2.26)	
	Refino de petróleo (IS= 1.23; CV= 3.83)	
Ramas impulsoras	1980	Otros prod Alimenticios (IP= 5.30; CV= 3.92)
		Construcción (IP= 3.88; CV= 4.46)
		Hostelería y rtes (IP= 2.95; CV= 4.14)
		Comunicaciones (IP= 1.81; CV= 5.05)
		Elaboración de bebidas (IP= 1.65; CV= 4.17)
		Otro Mat Tpte. (IP= 1.04; CV= 4.27)
	1995	Comercio, recup y reparac (IP= 6.62; CV= 4.78)
		Construcción (IP= 6.10; CV= 4.61)
		Otros prod Alimenticios (IP= 3.59; CV= 4.14)
		Hostelería y rtes (IP= 3.03; CV= 4.09)
		Transporte y anexas (IP= 1.28; CV= 4.64)
Ramas claves	1980	Ninguna
	1995	Transporte y anexas

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estos datos podemos concluir que no se han producido grandes cambios entre 1980 y 1995, en lo que a ramas receptoras e impulsoras de la economía andaluza se refiere. Éstas continúan siendo prácticamente las mismas, con algunas variaciones en

⁸⁹ Son aquellas que presentan valores inferiores a la unidad en el cociente entre el valor de su coeficiente de variación y el de la media de todas las ramas.

el orden de importancia. Por último, vemos que en 1980 ninguna rama se muestra como clave, y en 1995 tan sólo una: “Transporte y actividades anexas”.

Vamos a analizar con más detalle la situación de las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas. Para ello, no podemos hacer comparaciones entre los dos períodos que hasta el momento venimos analizando, ya que sólo contamos con información desagregada para estas actividades en las tablas de 1995.

4.4- Las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía en 1995.

4.4.1- Características generales de los Servicios Avanzados a las Empresas.

Sobre la base de los datos proporcionados por el Marco Input-Output de Andalucía 1995, la oferta total de Servicios a precios básicos asciende a poco más de 9'5 billones de pesetas, de los que la producción interior aporta el 96%, y las importaciones tan sólo suponen un 4% (tabla 4.44) –en España tan sólo es el 2'4% (tabla A3.19 del anexo 3). Esta proporción varía dependiendo de la rama considerada. Así, en muchas de ellas – “Hostelería y restauración”, “Educación”, “Sanidad”, etc.- la producción interior supone el 100% de la oferta total, mientras que en otras, por ejemplo “Transportes”, supone algo menos del 80%.

En el caso de los Servicios a las Empresas esta proporción es de algo más del 88%, la cual baja al 83% para los Servicios Avanzados, y más específicamente al 61'1% y al 74'9% para las “Actividades informáticas” y para “Investigación y desarrollo”, respectivamente. Esto significa que estas ramas de Servicios requieren de más importaciones para completar la oferta total. En el caso de España⁹⁰, estas dos actividades importan unas proporciones inferiores –21'9% y 4'7%-.

Por otro lado, la proporción de las exportaciones es algo superior a la de las importaciones en el caso del total de los Servicios –4'7% frente a 4'0%- , pero es inferior en los Servicios a las Empresas –3'7% frente a 11'7%- , así como en los Servicios Avanzados a las Empresas –4'8% frente a 16'8%- . Sin embargo, en España sucede lo contrario: la proporción de exportaciones en los Servicios a las Empresas – 8'1%- es superior a la del total de los servicios –3'7%-.

El saldo de la balanza comercial de los Servicios es positivo (63.578 millones de pesetas), destacando, con una gran diferencia sobre el resto, la rama de “Comercio, recuperación y reparaciones”, con un saldo positivo de 164.152 millones de pesetas, que es la que posibilita este saldo positivo para el conjunto de los Servicios, puesto que la mayoría de las otras ramas presentan saldos negativos. Para el total de Servicios a las Empresas el saldo es negativo (-56.134 millones de pesetas), así como para los Servicios Avanzados (-54.199 millones de pesetas), de los cuales la única actividad que presenta saldo positivo es la de “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.” (6.771 millones de pesetas).

⁹⁰ A la hora de hacer comparaciones con las tablas españolas hemos de tener en cuenta, además de las diferencias metodológicas, que las TIOE sólo desglosan las actividades de Servicios a las Empresas en tres: “Actividades informáticas”, “Investigación y desarrollo” y “Otros Servicios a las Empresas”.

La tasa de cobertura⁹¹ de las exportaciones sobre las importaciones en el caso de los Servicios es el 116'5% en Andalucía, debido al alto valor de “Comercio, recuperación y reparaciones”, 475'4%. En el caso de los Servicios a Empresas esta tasa es de sólo el 31'8%, que desciende hasta el 28'5% para el caso de los Servicios Avanzados. En España la tasa de cobertura de los Servicios es algo superior –154'6%- . En este caso, queremos destacar la diferencia con respecto a los Servicios a las Empresas, que en España presentan una tasa de cobertura del 72'3%. Es decir, a escala nacional se importan más Servicios a las Empresas de los que se exportan, pero esta situación es considerablemente más acusada en el caso de Andalucía⁹².

Tabla 4.44: Ratios de análisis en porcentajes y millones de pesetas.

Ramas de Servicios	Pdón inter/ Oferta total	Import (CIF)/ Oferta total	Dem inter/ Total empleos	Export (FOB)/ Total empleos	Tasa de Cobertura	Saldo de la Balanza Com	Cap O int atender D int ¹
Comercio, recuper y reparaciones	98,3%	1,7%	91,8%	8,2%	475,4%	164.152	107,1%
Hostelería y restauración	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Transporte y act anexas	78,6%	21,4%	78,4%	21,6%	100,6%	1.313	100,2%
Correos y telecomunicaciones	93,1%	6,9%	100,0%	0,0%	0,0%	-18.132	93,1%
Intermediación financiera	98,6%	1,4%	100,0%	0,0%	0,0%	-7.845	98,6%
Seguros y planes de pensiones	91,1%	8,9%	100,0%	0,0%	0,0%	-8.404	91,1%
Educación	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Sanidad	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Otros serv comunit, sociales y pers	98,4%	1,6%	100,0%	0,0%	1,1%	-7.340	98,5%
Servicio doméstico	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Admón Pca, defensa y SS oblig	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Actividades inmobiliarias	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Alquileres	93,4%	6,6%	99,8%	0,2%	2,7%	-4.032	93,6%
Actividades informáticas	61,1%	38,9%	100,0%	0,0%	0,1%	-34.228	61,1%
Investigación y desarrollo	74,9%	25,1%	85,0%	15,0%	59,5%	-629	88,0%
Activ jurídicas, de contabilidad, etc	93,8%	6,2%	88,7%	11,3%	182,5%	6.771	105,8%
Serv técn de arquit, ingeniería, etc.	84,9%	15,1%	95,4%	4,6%	30,4%	-7.343	89,0%
Publicidad	86,2%	13,8%	98,4%	1,6%	11,5%	-18.770	87,6%
Serv Avanzados a las Empresas	83,2%	16,8%	95,2%	4,8%	28,5%	-54.199	87,3%
Serv de investigación y seguridad	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Actividades industr de limpieza	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	-24	100,0%
Otros Servicios a las Empresas	94,6%	5,4%	96,2%	3,8%	70,8%	-1.911	98,4%
Total Servicios a las Empresas	88,3%	11,7%	96,3%	3,7%	31,8%	-56.134	91,7%
TOTAL SERVICIOS	96,0%	4,0%	95,3%	4,7%	116,5%	63.578	100,7%

1. Capacidad de la oferta interior para atender a la demanda interior.

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Por último, la capacidad de la oferta interior de los Servicios para atender la demanda interior de sus propios productos es apenas del 100% para el caso del total de los Servicios, pero no llega al 100%, lo que indica necesidad de importaciones, en el total de Servicios a las Empresas (91'7%). La necesidad de importar se muestra más

⁹¹ Hemos de tener en cuenta que la mayoría de las actividades de Servicios no contabilizan exportaciones (no decimos no realizan, porque lo que sabemos es que no están registradas oficialmente), y muy pocas poseen registros de importaciones.

⁹² Como veremos en el siguiente capítulo, en Andalucía, además de los servicios de esta rama que se importan de fuera de España, muchos de ellos se importan del resto de regiones españolas – principalmente Madrid-.

claramente en el caso de los Servicios Avanzados, en los que la capacidad de la oferta interior para atender la demanda interior es de sólo el 87'3%. Las actividades que necesitan de más importaciones para abastecer su demanda son las “Actividades informáticas”, con una capacidad para atender la demanda interior a través de la oferta interior, que alcanza tan sólo el 61'1% –la más baja de todas las actividades de servicios consideradas-, lo cual se refleja también en su saldo negativo de la balanza comercial: -34.228, el valor negativo más alto de las actividades reflejadas en la tabla.

4.4.2- Importancia de los Servicios Avanzados a las Empresas dentro del Sector Servicios.

La producción interior del Sector Servicios es de poco más de 9 billones de pesetas, de las que 619 mil millones corresponde a los Servicios a las Empresas, es decir, un 6'7%. Los Servicios Avanzados, que suponen un 60% del total de Servicios a las Empresas, representan el 4'1% del total de Servicios, siendo las principales ramas “Publicidad” –1'4% del total de Servicios y 35'4% de los Servicios Avanzados- y “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.” –1'3% de los Servicios y 33'1% de los Servicios Avanzados-. “Investigación y desarrollo” sólo representa el 0'1% de la producción interior del Sector Servicios. Por lo que se refiere al VAB a precios básicos, la aportación de las distintas ramas de Servicios a Empresas es prácticamente la misma que en la producción interior.

En cuanto a la demanda intermedia, los porcentajes de los Servicios a Empresas, como era de esperar⁹³, aumentan con relación a los de VAB y producción. Así, para el total de Servicios a Empresas, la demanda intermedia representa el 21'1% de la del conjunto de los Servicios. Los Servicios Avanzados suponen el 60% de la demanda intermedia de los Servicios a Empresas. Evidentemente, la proporción de estas actividades en los gastos de consumo final del Sector Servicios es mínima, al estar su producción destinada básicamente al sistema productivo y no a consumo final.

Ya vimos que el Sector Servicios destina un porcentaje bastante pequeño de su producción a exportaciones, y las principales, y prácticamente únicas, actividades exportadoras son las de “Comercio” y las de “Transporte”. Los Servicios Avanzados a las Empresas tan sólo representan un 4'8% del total de exportaciones del Sector Servicios, destacando “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.”, que representan el 3'3%. Sin embargo, el peso de estas actividades en las importaciones es considerablemente mayor que el de las exportaciones, o que el peso en la producción o en el VAB. En esta ocasión, los Servicios Avanzados a las Empresas suponen el 19'6% del total de importaciones del Sector Servicios, destacando claramente “Actividades informáticas”, con el 8'9%, seguida de “Publicidad”, que representa el 5'5%.

⁹³ Son actividades destinadas principalmente a la demanda intermedia, ya que son servicios destinados a empresas.

Tabla 4.45: Importancia de las ramas de Servicios en el sector (porcentajes)

Ramas de Servicios	Pdón interior a precios básicos	Importaciones (CIF)	Demanda intermedia a precios básicos	Gastos en consumo final a precios básicos	Exportaciones (FOB)	VAB precios básicos
Comercio, recuper y reparaciones	27,1	11,3	16,8	28,3	46,3	26,7
Hostelería y restauración	9,7	0,0	1,6	13,7	0,0	6,7
Transporte y act anexas	8,5	55,4	21,6	2,7	47,9	6,3
Correos y telecomunicaciones	2,7	4,7	5,4	1,8	0,0	3,2
Intermediación financiera	6,0	2,0	18,6	0,7	0,0	6,8
Seguros y planes de pensiones	0,9	2,2	1,3	0,9	0,0	0,6
Educación	6,9	0,0	0,3	10,1	0,0	8,9
Sanidad	8,7	0,0	1,1	12,5	0,0	8,2
Otros serv comunit, sociales y pers	5,1	1,9	2,8	6,5	0,0	3,9
Servicio doméstico	0,6	0,0	0,0	0,9	0,0	0,8
Admón Pca, defensa y SS oblig	7,3	0,0	0,0	10,9	0,0	7,7
Actividades inmobiliarias	9,1	0,0	7,7	10,2	0,0	12,3
Alquileres	0,6	1,1	1,6	0,3	0,0	0,7
Actividades informáticas	0,6	8,9	2,4	0,0	0,0	0,6
Investigación y desarrollo	0,1	0,4	0,2	0,0	0,2	0,1
Activ jurídicas, de contabilidad, etc	1,3	2,1	3,9	0,1	3,3	1,1
Serv técn de arquit, ingeniería, etc.	0,6	2,7	0,8	0,1	0,7	0,6
Publicidad	1,4	5,5	5,4	0,0	0,5	1,8
Serv Avanzados a las Empresas	4,1	19,6	12,7	0,2	4,8	4,2
Serv de investigación y seguridad	0,4	0,0	1,2	0,0	0,0	0,5
Actividades industr de limpieza	1,0	0,0	3,2	0,1	0,0	1,3
Otros Servicios a las Empresas	1,3	1,7	4,1	0,1	1,0	1,3
Total Servicios a las Empresas	6,7	21,3	21,1	0,4	5,8	7,2
TOTAL SERVICIOS	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Por tanto, es necesario resaltar, debido a sus importantes repercusiones, este mayor peso en las importaciones, de unas actividades que se han manifestado estratégicas en la evolución positiva del sistema productivo, y especialmente para el Sector Industrial, en las “economías centrales”. Porque el hecho de que muestren unas mayores necesidades de acudir al exterior para cubrir las demandas interiores, puede significar una dependencia externa en el abastecimiento de estos servicios⁹⁴.

4.4.3- Estructura productiva de la oferta de Servicios.

Ya hemos visto que las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas son, después de “Transporte”, las que representan mayor porcentaje de las importaciones del Sector

⁹⁴ Sobre este tema profundizaremos en el siguiente y último capítulo, tratando de analizar en más profundidad la existencia de esta posible dependencia externa, a través de las entrevistas personales a los directamente implicados, ya que muchas veces estos datos se escapan de las estadísticas oficiales –por ejemplo en los casos en que los servicios los proporciona la sede central, fuera de nuestra región, y quedan contabilizados como servicios internos-.

Servicios. Pero, para referirnos a la dependencia externa de estas actividades para obtener su producción, vamos a hacerlo a través de la proporción de consumos intermedios importados sobre su producción interior total. Por otro lado, intentaremos conocer la capacidad de generación de valor añadido de estas actividades de Servicios, para lo que utilizaremos la proporción de VAB sobre la producción interior de las mismas.

Los consumos intermedios de las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas eran en 1995, según la información proporcionada por el Marco Input-Output de Andalucía 1995, 106.514 millones de pesetas, es decir el 4% del total de consumos intermedios de los Servicios. De estos consumos intermedios, el 20% eran importados, casi en su mayoría del resto de España –97,4% del total de importaciones-.

Dentro de las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas, las que manifiestan unas mayores necesidades de importación para satisfacer la demanda intermedia son “Publicidad” –el 29% de sus consumos intermedios son importados-, “Actividades informáticas” –36%-, destacando principalmente “Investigación y desarrollo”, que importa más del 40% de sus consumos intermedios –43%-.

**Tabla 4.46: Origen de los consumos intermedios en los Servicios
(miles de millones pesetas)**

Ramas de Servicios	Consumos	Consumos	Total consumos
	interm andal precios básicos	interm import (CIF)	intermedios precios básicos
Comercio, recuper y reparaciones	595,3	165,2	760,5
Hostelería y restauración	311,6	136,5	448,1
Transporte y act anexas	292,8	71,9	364,6
Correos y telecomunicaciones	27,3	12,1	39,4
Intermediación financiera	86,0	19,3	105,3
Seguros y planes de pensiones	45,7	1,9	47,6
Educación	47,6	10,9	58,5
Sanidad	104,8	140,1	244,8
Otros serv comunit, sociales y pers	183,3	27,5	210,8
Servicio doméstico	0	0	0
Admón Pca, defensa y seg soc oblig	155,5	14,1	169,6
Actividades inmobiliarias	54,7	2,9	57,6
Alquileres	10,2	4,0	14,2
Actividades informáticas	10,9	6,1	16,9
Investigación y desarrollo	0,3	0,3	0,7
Activ jurídicas, de contabilidad, etc	44,4	6,5	50,9
Serv técn de arquitect, ingeniería, etc.	19,0	4,0	23,0
Publicidad	10,8	4,3	15,0
Serv Avanzados a las Empresas	85,3	21,2	106,5
Serv de investigación y seguridad	2,5	1,7	4,2
Actividades industriales de limpieza	8,7	5,5	14,2
Otros Servicios a las Empresas	24,7	8,5	33,2
Total Servicios a las Empresas	121,2	37,0	158,1
TOTAL SERVICIOS	2.035,8	385,9	2.679,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Según los datos que aparecen en la tabla 4.47, las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas emplean productos importados para su proceso productivo en una proporción del 5'7%, ligeramente por debajo de la del total de Servicios a Empresas – 6%-, y también por debajo del conjunto de los Servicios que es del 7%. Las actividades de Servicios Avanzados con un mayor porcentaje de consumos intermedios importados sobre la producción interior son “Actividades informáticas” –11'3%-, “Investigación y desarrollo” –6'9%- y “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.” –6'8%-. Si relacionamos esto con lo anterior, obtenemos que las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas con una mayor dependencia externa son las “Actividades informáticas” y las de “Investigación y desarrollo”.

Por otro lado, la proporción de consumos intermedios regionales sobre la producción interior se sitúa para los SAE en el 22'8%, destacando las “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.”, con el 35'8% y los “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.”, con el 32'1%, mientras que los de “Investigación y desarrollo” sólo alcanzan el 6'4%.

Tabla 4.47: Estructura productiva de la oferta en el Sector Servicios (porcentajes)

Ramas de Servicios	VAB precios	Pdón interior/	Consumos	Consumos
	Básicos/Pdón	Oferta total	interm and/	interm import/
	Interior (pb)	(prec básicos)	Pdón inter (pb)	Pdón inter (pb)
Comercio, recuper y reparaciones	68,2	98,3	23,9	6,6
Hostelería y restauración	47,6	100,0	35,0	15,3
Transporte y act anexas	50,7	78,6	37,3	9,2
Correos y telecomunicaciones	83,7	93,1	11,2	4,9
Intermediación financiera	78,5	98,6	15,6	3,5
Seguros y planes de pensiones	41,9	91,1	53,3	2,3
Educación	89,7	100,0	7,5	1,7
Sanidad	65,5	100,0	13,1	17,5
Otros serv comunit, sociales y pers	52,5	98,4	38,9	5,8
Servicio doméstico	100,0	100,0	0,0	0,0
Admón Pca, defensa y seg soc oblig	73,3	100,0	23,3	2,1
Actividades inmobiliarias	93,0	100,0	6,5	0,3
Alquileres	75,7	93,4	17,4	6,9
Actividades informáticas	68,5	61,1	20,2	11,3
Investigación y desarrollo	85,0	74,9	6,4	6,9
Activ jurídicas, de contabilidad, etc	58,8	93,8	35,8	5,3
Serv técn de architect, ingeniería, etc.	61,2	84,9	32,1	6,8
Publicidad	88,7	86,2	8,1	3,2
Serv Avanzados a las Empresas	71,5	83,2	22,8	5,7
Serv de investigación y seguridad	87,5	100,0	7,4	5,0
Actividades industriales de limpieza	85,2	100,0	9,0	5,8
Otros Servicios a las Empresas	70,8	94,6	21,4	7,4
Total Servicios a las Empresas	74,4	88,3	19,6	6,0
TOTAL SERVICIOS	69,2	96,0	22,2	7,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

De la producción interior del conjunto de SAE, el 71'5% lo aporta el VAB, porcentaje ligeramente superior al del Sector Servicios en su conjunto –69'2%- y muy superior al del conjunto de la economía andaluza –52'4%-. Esto significa que esta rama de

actividad requiere de una proporción bastante baja de inputs intermedios, es decir, que consume relativamente poco del resto del sistema productivo. La importante capacidad de generación de VAB por parte de los SAE se debe principalmente al excedente neto –34%- y a las rentas mixtas –35'9%-, como se puede ver en la tabla 4.48. Las principales actividades generadoras de VAB son las de “Publicidad” –88'7%- y las de “Investigación y desarrollo” –85%- (Tabla 4.47).

Además, si comparamos con la media española (tabla A3.20 del anexo 3), comprobamos lo que ya dijimos anteriormente. Tanto el Sector Servicios en su conjunto, como especialmente los Servicios a las Empresas, muestran una menor interrelación con el resto del sistema productivo en el caso de Andalucía, medida a través de su proporción de consumos intermedios sobre la producción interior. Así, en Andalucía, la proporción de consumos intermedios andaluces e importados para los Servicios a las Empresas son del 19'6% y 6% respectivamente, y en España, la proporción de consumos intermedios españoles es del 32'2% y los importados el 10'3%.

Tabla 4.48: Estructura del VAB en los Servicios (porcentajes)

Ramas de Servicios	Sueldos y Salarios	Cotizaciones Sociales	Otros I ^o netos S/ pdón	Consumo de capital fijo	Excedente neto de explotación	Rentas Mixtas	VAB precios básicos
Comercio, recuper y reparaciones	25,3	10,7	0,9	6,7	30,8	25,6	100
Hostelería y restauración	21,5	9,8	1,3	3,3	38,2	26,0	100
Transporte y act anexas	29,4	12,6	0,3	8,4	27,1	22,3	100
Correos y telecomunicaciones	35,9	8,8	1,0	33,5	19,9	0,9	100
Intermediación financiera	36,8	9,8	0,8	6,1	44,6	1,9	100
Seguros y planes de pensiones	39,3	15,4	0,3	6,9	38,1	0,0	100
Educación	71,0	21,7	0,1	4,8	0,9	1,4	100
Sanidad	57,2	17,8	0,5	4,8	9,8	9,9	100
Otros serv comunit, sociales y pers	57,2	18,9	2,1	11,6	1,7	8,5	100
Servicio doméstico	93,9	6,1	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Admón Pca, defensa y seg soc oblig	52,9	15,4	0,1	31,6	0,0	0,0	100
Actividades inmobiliarias	3,4	0,9	0,1	9,3	84,5	1,7	100
Alquileres	16,8	5,3	0,2	8,7	60,4	8,6	100
Actividades informáticas	18,8	7,4	0,5	3,6	39,6	30,2	100
Investigación y desarrollo	89,4	10,6	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Activ jurídic, de contabilidad, etc	11,2	6,9	0,2	3,1	23,5	55,1	100
Serv técn de architect, ingeniería, etc.	9,6	7,8	0,9	5,0	16,6	60,1	100
Publicidad	20,8	6,9	-0,4	8,0	45,2	19,5	100
Serv Avanzados a las Empresas	17,4	7,1	0,1	5,5	34,0	35,9	100
Serv de investigación y seguridad	73,6	17,6	0,0	1,8	5,7	1,3	100
Actividades industriales de limpieza	46,6	13,4	0,1	1,3	35,0	3,6	100
Otros Servicios a las Empresas	29,1	8,8	1,2	5,6	45,4	9,9	100
Total Servicios a las Empresas	28,3	9,2	0,3	4,5	34,4	23,3	100
TOTAL SERVICIOS	34,6	11,5	0,6	9,3	30,6	13,4	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Los costes salariales, como ya comentamos en apartados anteriores, representan en los Servicios una proporción mayor que en el resto del sistema productivo. Ahora bien, dentro de los Servicios hay actividades en las que esta partida representa el total del VAB, caso del “Servicio doméstico” y de “Investigación y desarrollo”, o la partida

principal – “Educación”, “Sanidad”, “Otros servicios comunitarios, sociales y personales, etc.”-. Sin embargo, en los SAE, con la excepción de las actividades de “Investigación y desarrollo”, los costes salariales tan sólo representan el 24’5% del VAB, siendo este porcentaje menor en los “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.” –17’4%- y las “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.” –18’1%-, coincidiendo con ser las que presentan mayores proporciones de rentas mixtas –60’1% y 55’1% respectivamente-.

4.4.4.- Estructura de la demanda.

El empleo total de cada rama de actividad se divide entre lo que destina a demanda intermedia, es decir, lo que es consumido por el sistema productivo; lo que se dedica a consumo final, es decir, el consumo privado, público y comunitario; lo que va a la formación bruta de capital; y, por último, lo que se exporta. Respecto a los SAE nos interesa ver lo que cada rama de actividad destina al abastecimiento de demandas de consumo intermedio y final, así como la cobertura que cada una de estas ramas hace de la demanda intermedia y de los gastos en consumo final de sus productos.

Como los SAE son servicios destinados principalmente al sistema productivo, es de esperar que la mayor parte esté representada por la demanda intermedia. Efectivamente, de los 373.988 millones de pesetas que suponen el total de empleos, 301.085, es decir el 80’5%, es demanda intermedia –muy por encima de lo que sucede para el Sector Servicios en su conjunto, que destina a demanda intermedia el 26’8%-, cifra que se eleva hasta el 96’6% en el caso de los servicios de “Publicidad”. No existen grandes disparidades entre las distintas actividades en este sentido, ya que, exceptuando a los “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.”, que sólo destinan a demanda intermedia el 33’7% del total de sus empleos, el resto destina el 80% o más. Al consumo final tan sólo se destina el 2’9%⁹⁵ en el conjunto de actividades, siendo los “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.” los que más destinan a este fin, el 55’5%.

Las ramas de SAE que tienen mayor peso en el total de empleos y en la demanda intermedia del total de SAE son las de “Publicidad” –representa el 35’4% y 42’5% del total empleos y de la demanda intermedia respectivamente- y las “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.” –con el 33’1% y 33’6% respectivamente-. En la formación bruta de capital el mayor peso corresponde a los “Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería, etc.”, con el 80’7% y en las exportaciones nuevamente a las “Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.”, con el 69’5%.

⁹⁵ Esta situación es totalmente opuesta a la que se da en el Sector Servicios en su conjunto, que destina a consumo final el 5% del total de empleos del sector. Esto es uno de los elementos que demuestran la gran diferencia que existe entre estas ramas de actividad de los Servicios y el resto de actividades incluidas en el sector.

Tabla 4.49: Estructura de la demanda en los Servicios, distinguiendo lo que procede de Andalucía del total (miles de millones de pesetas).

Ramas de Servicios	Andalucía					Total				
	Dda	Cons	Total			Dda	Cons	Total		
	Interm	final	FBC	Export	empleos	Interm	final	FBC	Export	empleos
Comercio. recuper y reparaciones	422,0	1.742,1	119,0	207,9	2.491,0	465,7	1.742,1	119,0	207,9	2.534,7
Hostelería y restauración	45,7	843,4	0	0	889,2	45,7	843,4	0	0	889,2
Transporte y act anexas	434,2	130,9	3,6	215,2	783,9	599,7	167,4	15,4	215,2	997,8
Correos y telecomunicaciones	130,6	113,4	0	0	244,1	148,8	113,4	0	0	262,2
Intermediación financiera	509,2	40,9	0	0	550,1	517,1	40,9	0	0	558,0
Seguros y planes de pensiones	29,0	56,7	0	0	85,7	37,4	56,7	0	0	94,1
Educación	8,4	622,8	0	0	631,2	8,4	622,8	0	0	631,2
Sanidad	31,9	768,9	0	0	800,8	31,9	768,9	0	0	800,8
Otros serv comunit. sociales, pers	70,3	400,8	0	0,08	471,2	77,8	400,8	0	0,08	478,6
Servicio doméstico	0	52,8	0	0	52,8	0	52,8	0	0	52,8
Admón Pca. defensa y SSoc oblig	0	667,0	0	0	667,0	0	667,0	0	0	667,0
Actividades inmobiliarias	212,4	626,8	0	0	839,2	212,4	626,8	0	0	839,2
Alquileres	40,2	18,4	0	0,1	58,7	44,3	18,4	0	0,1	62,8
Actividades informáticas	48,3	0,3	5,1	0,03	53,8	66,0	0,7	21,3	0,03	88,1
Investigación y desarrollo	3,7	0	0	0,9	4,6	5,3	0	0	0,9	6,2
Activ jurídicas de contabilidad. etc	101,1	5,1	2,7	15,0	123,9	109,3	5,1	2,7	15,0	132,1
Serv técn de arquitect. ingen. etc.	20,0	32	32,8	3,2	59,2	22,6	3,2	40,7	3,2	69,7
Publicidad	128,0	2,1	0	2,4	132,5	149,2	2,1	0	2,4	153,7
Serv Avanzados a las Empresas	301,1	10,7	40,6	21,6	374,0	352,3	11,1	64,8	21,6	449,8
Serv de investigación y seguridad	32,4	1,6	0	0	34,0	32,4	1,6	0	0	34,0
Activid industriales de limpieza	89,4	6,8	0	0	96,1	89,4	6,8	0	0	96,1
Otros Servicios a las Empresas	105,9	4,7	0	4,6	115,3	112,5	4,7	0	4,6	121,8
Total Servicios a las Empresas	528,8	23,7	40,6	26,2	619,3	586,5	24,1	64,8	26,2	701,7
TOTAL SERVICIOS	2.462,8	6.108,6	163,2	449,5	9.184,1	2.775,7	6.145,6	199,2	449,5	9.570,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Por lo que se refiere a la cobertura que cada rama hace de la demanda intermedia de sus productos, en el caso del Sector Servicios en su conjunto es del 88'7%, la cual desciende al 85'5% para los SAE. Dentro de éstos, los que presentan una mayor cobertura son las "Actividades jurídicas, de contabilidad, etc." con un 92'5%, y las que presentan mayores necesidades de importación son las "Actividades informáticas" y las de "Investigación y desarrollo", con unos porcentajes de cobertura del 73'3% y 70'4% respectivamente.

La cobertura de consumos finales es bastante elevada en el caso de los Servicios en su conjunto, el 99'4%, así como para los SAE, 96'4% –cifra superior a la del conjunto de la economía andaluza, 85'9%–, siendo los únicos servicios que presentan insuficiencias a la hora de atender la demanda de consumos finales los de "Informática", con una cobertura de tan sólo el 42%.

Tabla 4.50: Estructura de la demanda en los Servicios (porcentajes).

Ramas de Servicios	Demanda	Consumo	Dem final e	Demanda	Consumo	Dem final e
	interm and/ Total	final And/ Total	interm and/ Total	interm and/ Dem interm total	final And/ Consumo final total	interm and/ Dem final e interm total
Comercio. recuper y reparaciones	16,9	69,9	86,9	90,6	100,0	98,0
Hostelería y restauración	5,1	94,9	100,0	100,0	100,0	100,0
Transporte y act anexas	55,4	16,7	72,1	72,4	78,2	73,7
Correos y telecomunicaciones	53,5	46,5	100,0	87,8	100,0	93,1
Intermediación financiera	92,6	7,4	100,0	98,5	100,0	98,6
Seguros y planes de pensiones	33,9	66,1	100,0	77,5	100,0	91,1
Educación	1,3	98,7	100,0	100,0	100,0	100,0
Sanidad	4,0	96,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros serv comunit. sociales y pers	14,9	85,1	100,0	90,5	100,0	98,4
Servicio doméstico	0,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0
Admón Pca. defensa y seg soc oblig	0,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0
Actividades inmobiliarias	25,3	74,7	100,0	100,0	100,0	100,0
Alquileres	68,5	31,3	99,8	90,6	100,0	93,4
Actividades informáticas	89,9	0,5	90,4	73,3	42,0	72,9
Investigación y desarrollo	80,0	0,0	80,0	70,4	-	70,4
Activ jurídicas. de contabilidad. etc	81,6	4,1	85,7	92,5	100,0	92,9
Serv técn de architect. ingeniería. etc.	33,7	5,4	39,1	88,4	100,0	89,9
Publicidad	96,6	1,6	98,2	85,8	100,0	86,0
Serv Avanzados a las Empresas	80,5	2,9	83,4	85,5	96,4	85,8
Serv de investigación y seguridad	95,2	4,8	100,0	100,0	100,0	100,0
Actividades industriales de limpieza	93,0	7,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros Servicios a las Empresas	91,9	4,1	96,0	94,2	100,0	94,4
Total Servicios a las Empresas	85,4	3,8	89,2	90,2	98,3	90,5
TOTAL SERVICIOS	26,8	66,5	93,3	88,7	99,4	96,1

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Consideraciones finales del capítulo.

Tal como muestran los datos de empleo y de producción que hemos utilizado, vemos que los Servicios son actividades cada día más importantes en el tejido productivo andaluz, al igual que sucede en España. Esto mismo se comprobaba en el capítulo anterior para los países de la Unión Europea, y para el conjunto de regiones españolas. Sin embargo, esta evolución positiva de los Servicios tiene una serie de peculiaridades en nuestra región, que son diferentes del resto de economías de su entorno.

Por un lado, el crecimiento de los Servicios en Andalucía ha sido consecuencia, en parte, del fuerte descenso de las actividades primarias en la economía regional, que no ha venido acompañado por un aumento de las actividades industriales, lo que puede llevar a confirmar la afirmación realizada por diversos autores, de que el Sector Servicios andaluz juega el papel de “sector refugio” de la mano de obra desplazada del campo que no encuentra ocupación en un Sector Industrial débil.

Por otra parte, hemos comprobado que el empleo terciario no es una panacea a los problemas de empleo existentes en nuestra región. En este sector se concentra una

cantidad importante de empleo precario, al ser un sector que permite un importante grado de flexibilidad laboral, con lo que en estos últimos años se ha producido un importante aumento de empleo temporal y a tiempo parcial, entre otras fórmulas “flexibles”. En gran medida, esta precariedad laboral se concentra mayormente en el empleo femenino, de una importancia relevante en este sector.

También hemos comprobado como la distribución de las distintas actividades que componen el sector, no es homogénea a través del territorio, concentrándose principalmente en Sevilla –como capital regional- y Málaga, mientras otras provincias quedan bastante al margen.

Una cuestión importante, que ya avanzamos en el capítulo anterior, es la especialización en ciertas actividades dentro del sector, que no coinciden precisamente con las que se daban en las regiones consideradas como “más desarrolladas” en nuestro país. En Andalucía las actividades dentro del sector que han experimentado una mayor especialización han sido las relacionadas con el comercio y con el turismo. En cambio, las consideradas dentro del grupo de “servicios a la producción”, y principalmente los “Servicios Avanzados a las Empresas” se encuentran poco integradas con el conjunto del sistema productivo andaluz. En el siguiente capítulo analizamos con más detalle estas últimas actividades, para situarlas mejor en el contexto de la economía andaluza.

El análisis de la estructura productiva andaluza a través de las Tablas Input-Output viene a corroborar lo expresado anteriormente. Por una parte, observamos un aumento considerable en la proporción de la producción del Sector Servicios sobre la producción total andaluza. Este aumento ha sido de algo más de 13 puntos porcentuales, y se ha producido por el descenso en la Agricultura, pero, sobre todo, en la Industria, y ha dado lugar a que la Industria y los Servicios intercambien sus posiciones: en 1980 la Industria ocupaba la primera posición en la ordenación sectorial, mientras que en 1995 los Servicios se sitúan en el primer lugar, y con una diferencia considerable de la Industria –el porcentaje de la producción terciaria casi duplica la de la Industria en 1995-.

Este aumento en el porcentaje de la producción de los Servicios sobre el total, ha venido acompañado de un cambio en su estructura, que en 1995 parece estar más integrada con el resto del sistema productivo. Así, ha aumentado la proporción de la producción de los Servicios correspondiente a los inputs intermedios. También aumenta la proporción destinada a demanda intermedia, aunque en una proporción bastante inferior a lo que ha sucedido en la media española.

El aumento en la proporción del empleo de los Servicios sobre el total ha sido superior al de la producción –el aumento en el empleo ha sido de 18’1 puntos porcentuales-. En el caso del empleo, este aumento de los Servicios se debe principalmente al descenso del empleo agrícola, así como al de la Industria. En 1980 el mayor peso del empleo terciario se debía al empleo no asalariado, pero en 1995 viene a representar prácticamente la misma proporción que el asalariado.

A partir del análisis de las TIOAN concluimos lo mismo que ya dijimos a raíz de los coeficientes de especialización: Andalucía se especializa en las actividades primarias y, ante la ausencia de un Sector Industrial fuerte, en el Sector Servicios. Pero dentro de los Servicios, en las actividades más tradicionales y de menor generación de valor añadido: Servicios públicos, Comercio y Hostelería.

La producción en los Servicios en Andalucía está más orientada hacia la demanda final que en el conjunto de la economía española, y, consecuentemente, menos integrada con el resto del sistema productivo. Esto en parte es consecuencia de la especialización andaluza en las actividades comentadas anteriormente: Servicios públicos, comercio y turismo, y su menor especialización en las actividades de servicios a la producción, que son los destinados a la demanda intermedia.

A lo largo de los 15 años transcurridos entre 1980 y 1995 el aumento en las interrelaciones en las actividades de Servicios se producen con las actividades del propio sector. Esto da muestras de que la terciarización de la economía andaluza parece haberse basado en la creciente participación del Sector Servicios en su propia producción, y no en una mayor interrelación con el resto del sistema productivo.

Por otro lado, los índices de terciarización del sector industrial dan evidencias de que el aumento de la terciarización industrial en Andalucía tiene como consecuencia el aumento de la cuota de *inputs* terciarios importados, y los servicios que procedentes de la producción interior parecen ser servicios con un bajo nivel de especialización.

A través del cálculo de los índices de sensibilidad y de poder corregidos, observamos que las ramas productivas que ejercen mayor influencia en la economía andaluza, a través de sus efectos de recepción y arrastre, coinciden con aquéllas en que nuestra economía está más especializada, según demostramos a través de los coeficientes de especialización: ciertas ramas de los Servicios, concretamente las relativas al comercio, turismo y servicios públicos, “Agricultura y ganadería” y algunas ramas de la Industria Agroalimentaria: “Otros productos alimenticios”, que engloba a aceites y grasas, conservas vegetales y de pescado, molinería, etc.

Por último, del análisis de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía a través de las Tablas Input Output de 1995, podemos concluir que este sector está aún poco desarrollado en nuestra región. Por un lado, las conexiones con el resto del sistema productivo andaluz son aún débiles, sobre todo en comparación con la situación española. Además, se refleja una importante dependencia exterior medida a través de las necesidades de importación de dichos servicios.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

CAPÍTULO 5
LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE LOS SERVICIOS
AVANZADOS A LAS EMPRESAS EN ANDALUCÍA

Introducción.

Una vez que hemos presentado las características fundamentales del sector en general, y algunos de sus rasgos en Europa, así como la situación de los Servicios en la economía andaluza, pasamos a analizar la situación de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, objeto principal de esta tesis. Para ello hemos utilizado como fuente los datos extraídos de las entrevistas.

En este capítulo vamos a intentar reflejar algunos aspectos de la situación de este sector en Andalucía, para lo cual analizamos principalmente las características de las empresas que ofrecen estos servicios. Es decir, por un lado estudiamos la oferta de este tipo de servicios en nuestra región, intentando resaltar las similitudes con otras áreas geográficas próximas, así como las diferencias, destacando las peculiaridades propias del sector en Andalucía.

Para el análisis de la oferta, si bien haremos referencia a la existencia de una oferta pública de estos servicios, nos centraremos en la oferta privada. Para el análisis de esta última hemos entrevistado a los empresarios y empresarias de una muestra de empresas de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, tomadas del catálogo realizado por el Instituto de Fomento de Andalucía (IFA), SERAVAN-97. Dado que algunas de estas empresas tienen más de un local, y que algunas de ellas tienen su sede central fuera de Andalucía, hemos realizado preguntas referentes a la empresa en su conjunto, y algunas más específicas relativas al establecimiento en que hemos realizado la entrevista¹. Con esta distinción pretendemos obtener las características de la empresa en el ámbito general, la estrategia empresarial, así como el comportamiento más específico del establecimiento entrevistado.

Por lo que se refiere a la demanda, ésta viene referida a uno de los sectores que, según han dicho desde las propias empresas de Servicios Avanzados, es de los que demandan mayormente estos servicios en esta región: Industria Agroalimentaria², coincidiendo también con ser uno de los sectores de mayor peso estratégico en Andalucía³. Pretendemos observar las diferencias de comportamiento en esta demanda, por lo que se refiere a los niveles de externalización y sus motivos, estudiando si la misma lleva a una mayor dependencia exterior o permite la generación de sinergias dentro de la región, dependiendo de que los principales proveedores sean de la propia región o de fuera.

5.1.- La oferta de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía.

Al analizar la oferta de Servicios Avanzados hay que distinguir, por un lado, el tipo de servicio ofertado y, por otro, el agente que oferta el servicio (gráfico 5.1). Por lo que se

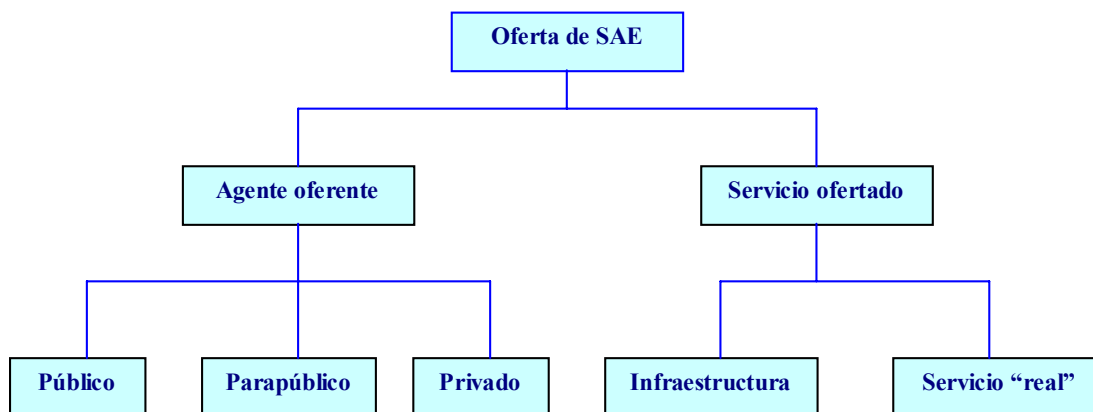
¹ La metodología aplicada a la realización y tratamiento de las entrevistas está explicada en el apartado dedicado a metodología.

² Según las TIOAN-95, el complejo agroalimentario supone en Andalucía el 14'95% del personal empleado, el 11'51% del VAB a precios de mercado, el 43'43% de las exportaciones y el 16'48% de las importaciones.

³ Como dice Delgado (en Grupo AREA, 1999), la transformación de productos agrarios ha sido históricamente la principal actividad del Sector Industrial en Andalucía.

refiere al agente suministrador podemos distinguir la oferta privada de la institucional. En cuanto al tipo de servicio, hay que distinguir entre el "servicio real" y la infraestructura, y es que al estar este tipo de servicios muy ligados a las Nuevas Tecnologías, su oferta requiere una infraestructura básica, fundamentalmente de telecomunicaciones, suministrada por el sector público principalmente. Otro tipo de infraestructura, ligada directamente a la prestación del servicio, cuya importancia es creciente, es la referente a las incubadoras de empresas o *Business Innovation Centres* (BIC).

Gráfico 5.1: La oferta de Servicios Avanzados a las Empresas



5.1.1- Oferta institucional de Servicios Avanzados a las Empresas.

Como nuestro objetivo es analizar la oferta privada de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, en este apartado sólo presentamos un esbozo del amplio espectro de entidades y organismos que proporcionan la oferta de servicios que, por oposición a la oferta privada, se ha denominado institucional (gráfico 5.2). Según el trabajo realizado a este respecto por el Gobierno Vasco (1991), “*se considera oferta institucional de servicios a empresas aquélla realizada por organismos o entidades vinculadas a instituciones públicas, semipúblicas o privadas sin finalidad de lucro*”⁴.

Las características generales que definen a la oferta pública son las siguientes⁵:

* Abundancia de agentes y servicios que, aunque con tendencia a una mayor coordinación, todavía actúan frecuentemente de forma descoordinada, de manera que se duplican los esfuerzos y, por otro lado, se infrutilizan los recursos⁶.

⁴ Aunque algunas entidades de carácter institucional que ofrecen servicios están movidas por un ánimo de lucro, éste no es el único objetivo y ni siquiera el principal.

⁵ Estas características ya fueron puestas de manifiesto por Márquez Guerrero (1995).

⁶ Esta falta de coordinación entre los organismos que ofrecen Servicios a Empresas también ha sido señalada por Zurbano (1996) para el País Vasco. En el análisis que hemos realizado para el caso de Andalucía, que comentamos en este capítulo, ha habido un número importante de personas responsables de empresas oferentes y demandantes de estos servicios que se han referido a esta falta de coordinación, tanto por parte de los propios organismos de la Administración Pública entre sí, como entre la Administración Pública y las empresas privadas del sector.

* Se utilizan casi exclusivamente las medidas de carácter horizontal, no existiendo en Andalucía un modelo coordinado y claramente definido de “política de Servicios Avanzados a las Empresas”, frente a los casos de Lombardía y Emilia-Romagna en Italia, o del País Vasco y la Comunidad Valenciana en España⁷. En el País Vasco, por ejemplo, se ha sustituido la expresión “Política regional de Servicios Avanzados a las Empresas” por la de “Política industrial de Servicios Avanzados a las Empresas”⁸, queriéndose indicar de este modo que el objetivo último de la misma es promocionar el tejido industrial, condición necesaria para el desarrollo de estos servicios. Esta claridad de objetivos no se observa en Andalucía.

* Predominan los instrumentos que inciden en la oferta y se presta poca atención a los factores que inciden en la demanda. No se han elaborado estudios que nos permitan evaluar la demanda insatisfecha –tanto de forma cuantitativa como cualitativa- o identificar los estrangulamientos que se producen en la misma –inaccesibilidad económica o física, etc.- Esta información es de gran importancia en esta región caracterizada por el escaso papel del Sector Industrial, por la falta estructural de dinamismo empresarial, por el predominio de las PYMEs tradicionales y por la falta de receptividad de los empresarios regionales ante las innovaciones y el uso de las Nuevas Tecnologías.

* Escasa implicación y coordinación entre el sector público y el privado, posiblemente debido al carácter novedoso e incipiente de estos servicios y, por otro lado, al escaso dinamismo empresarial de la región. Los servicios “reales” a la producción, a diferencia de las infraestructuras económicas y de los servicios que implican una transferencia neta de recursos financieros, son altamente rentables –es decir, presentan un alto valor añadido-, y perfectamente “privatizables”, lo cual permite, en principio, una mayor colaboración entre los sectores público y privado a la hora de diseñar y aplicar políticas. Sin embargo, en algunas áreas, la demanda de este tipo de servicios es tan baja que no estimula el desarrollo de la oferta privada de los mismos, siendo necesaria en este caso la intervención del sector público como único promotor de los mismos.

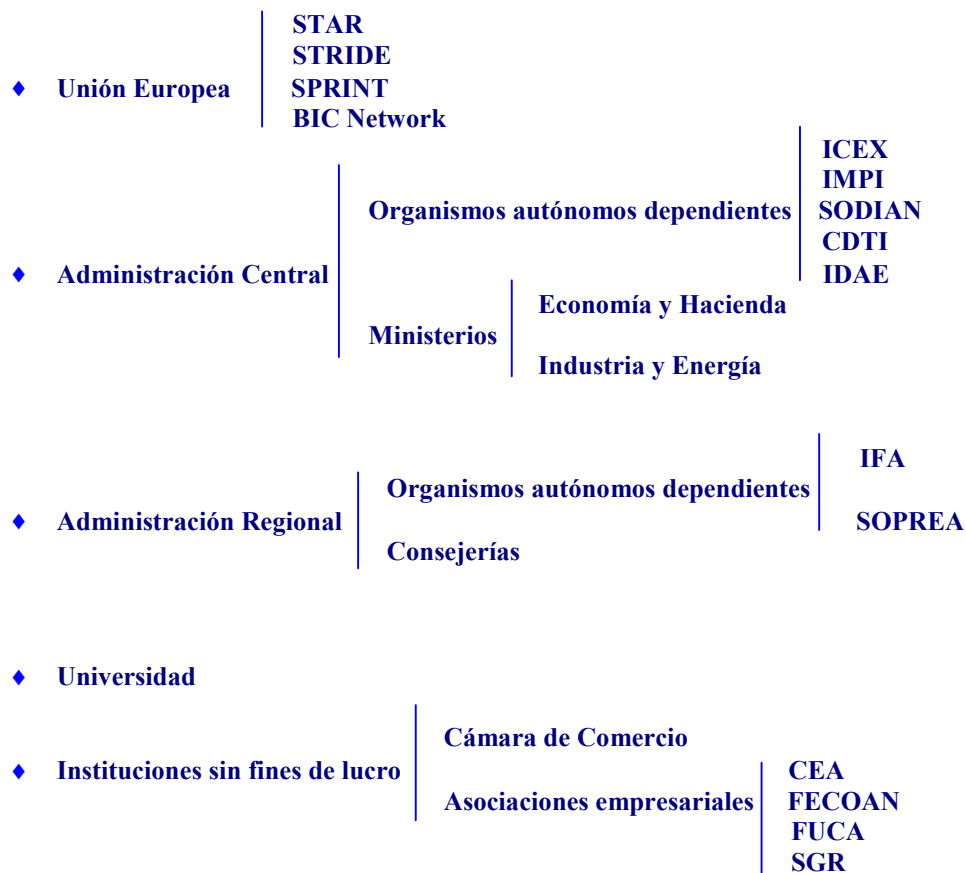
Entre los agentes parapúblicos o instituciones sin fines de lucro⁹ hay que señalar la Cámara de Comercio, las Asociaciones Empresariales y los Sindicatos fundamentalmente. Por lo que se refiere a los servicios que ofertan estas instituciones se observa una tendencia a su modernización, aunque siguen predominando los más tradicionales, como asesoramiento, estudios de mercado, etc.

⁷ Las regiones citadas son regiones con tradición industrial –caso del País Vasco-, o en las que se han dado las condiciones idóneas para la implantación de los denominados “distritos industriales”. Esto hace que se generen una serie de necesidades para el tejido empresarial, que presiona para que el Sector Público desarrolle esa política. Sin embargo, como hemos visto en el capítulo anterior, y como analizaremos más específicamente en el presente capítulo, en Andalucía no hay un tejido empresarial que presione en ese sentido o, al menos, con la fuerza suficiente.

⁸ Véase Gobierno Vasco (1991): *Modelo de Política Industrial de Servicios a Empresas en la Comunidad Autónoma del País Vasco*.

⁹ Por lo que se refiere a la oferta de estos servicios por instituciones sin ánimos de lucro, hemos de advertir que en el catálogo que hemos utilizado para la selección de nuestra muestra (SERAVAN), aparecen algunas empresas de este tipo, aunque son de pequeño tamaño, no incluyéndose en ningún caso a Sindicatos o Asociaciones empresariales o Cámaras de Comercio.

Gráfico 5.2: Oferta institucional de Servicios a las Empresas en Andalucía (Agentes Públicos e Instituciones sin fines de lucro)



5.1.2- Oferta privada de Servicios Avanzados a las Empresas.

No es una tarea sencilla la de poner de manifiesto en unas páginas la multitud de implicaciones y observaciones que se podrían hacer de los resultados obtenidos del estudio realizado. Por ello, nos vamos a limitar al estudio de las variables principales y en aquellos aspectos que nos resulten de especial interés. Muchas de las hipótesis efectuadas no se pueden verificar con rigor, por lo que deben tomarse como sugerencias para posteriores análisis, más que como conclusiones.

Con el fin de facilitar la exposición de los resultados obtenidos, vamos a dividir el análisis de la oferta de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía en cinco cuestiones:

1. Estructura de la oferta de Servicios Avanzados a las Empresas.
2. Aspectos en la localización de estas actividades.
3. Estructura de mercado de los SAE.
4. Previsiones de comportamiento.
5. La demanda vista desde la oferta.

Las empresas analizadas tienen como actividad principal prestar servicios a otras empresas, encuadrados dentro de algunos de estos grupos: Recursos humanos,

Producción, Mercados, Gestión, Sistemas de información y Estudios y proyectos¹⁰. Este sector se caracteriza en Andalucía, como en otras regiones españolas estudiadas –por ejemplo, el País Vasco (Zurbano, 1996)- por poseer una estructura dual. Es decir, existe un gran número de empresas pequeñas –con menos de 10 empleados y facturación inferior a los 50 millones- cuya sede está en Andalucía y cuyo comportamiento es diferente al caso opuesto de un pequeño número de grandes empresas –con más de 250 empleados y altos volúmenes de facturación- las cuales suelen tener su sede fuera de la región, e intereses muy distintos a las anteriores. Dada esta dualidad, consideramos de interés, tras revisar las características generales del sector en su conjunto en Andalucía, presentar los rasgos definitorios y diferenciadores de estos dos grupos aludidos.

5.1.2.1- Estructura de la oferta de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía.

El análisis que vamos a realizar acerca de la composición sectorial de los Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, no es un examen completo y sistemático del sector, sino que ha de considerarse más bien como una aproximación al mismo, ya que la carencia de información estadística sobre el sector en cuestión no permite otra opción. Si bien sería interesante conocer la evolución en el comportamiento de este sector, dado que los datos con que contamos, procedentes de las entrevistas realizadas, se limitan a la situación de estas empresas en un momento determinado: el año 1999, analizaremos la estructura estática del sector, emplazando para un posible estudio posterior la evolución del mismo.

Las empresas oferentes de Servicios Avanzados en Andalucía presentan una serie de características que, en muchos casos, difieren de las empresas andaluzas del resto de sectores, al ser éste un sector con una serie de peculiaridades propias, que ya fueron definidas para el sector en general en el capítulo segundo. Asimismo, en algunas de estas características coinciden con las de este mismo tipo de empresas en otros espacios¹¹ –otras Comunidades Autónomas españolas o regiones de fuera de España-, pero en otras son diferentes, presentando algunas peculiaridades en esta región.

Primeramente vamos a estudiar las características de las empresas entrevistadas mediante el análisis de algunas variables de clasificación investigadas, como el año de inicio de la actividad, el número de trabajadores y el volumen de facturación, el número de establecimientos, la pertenencia a grupos de empresas, etc. El análisis de estas variables se orienta, fundamentalmente, a conocer la dimensión económica y los modos de operación de las empresas –si consideramos que la dimensión económica es uno de los principales factores determinantes del comportamiento y de los resultados de las empresas oferentes de servicios-.

En la tabla 5.1 presentamos las características del total de estas empresas, y distinguimos según los tipos de servicios ofrecidos.

¹⁰ En el apartado destinado a explicar la metodología se dice cuáles son las actividades de servicios comprendidas dentro de cada una de estas áreas de Servicios a las Empresas.

¹¹ Hemos intentado, en la medida de lo posible, comparar los datos obtenidos de nuestro análisis con los de otras regiones. Sin embargo, hemos de comentar que, en muchos casos, los estudios para otras regiones se refieren a un período de tiempo diferente, así como, en algunos de ellos, al sector de Servicios a las Empresas en general, y no específicamente a los Servicios Avanzados, con lo que las comparaciones han de ser relativizadas por estas circunstancias.

Tabla 5.1: Características de las empresas oferentes de Servicios Avanzados.
(Porcentajes de empresas según los tipos de servicios ofrecidos)

	Total empresas	Recursos Humanos	Producción	Mercados	Gestión	Sistemas de información	Estudios y Proyectos
Año de inicio de la actividad de la empresa							
Antes de 1980	18	22	16	21	11	11	22
1980-1990	36	45	15	29	47	56	36
Después de 1990	46	33	69	50	42	33	42
Nº empleados							
Menos de 10	47	45	39	72	42	34	44
De 10 a 50	34	33	46	21	42	33	31
De 51 a 250	11	22	8	7	11	22	12
Más de 250	8	0	7	0	5	11	13
Volumen de facturación							
Menos de 50 millones pta	40	22	54	29	42	33	39
De 51 a 500	40	56	23	57	47	34	39
Más de 500	20	22	23	14	11	33	22
Nº establecimientos							
Uno	59	45	46	86	42	33	64
Dos	10	33	23	0	16	11	0
Tres o más	31	22	31	14	42	56	36
Pertenencia a grupo de empresas							
No pertenece	78	78	54	93	76	56	83
- grupo regional	7	11	23	0	9	11	3
- grupo nacional	8	11	8	7	9	0	6
- grupo internacional	6	0	8	0	3	22	6
NS/NC	1	0	7	0	3	11	2
Participación en otras empresas							
No participa	79	78	77	93	73	67	72
Sí participa	15	11	16	0	21	22	19
NS/NC	6	11	7	7	6	11	9
Sede Central							
Andalucía	83	78	77	93	84	78	81
Fuera de Andalucía	17	22	23	7	16	22	19

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas.

Muchos de los rasgos generales de las empresas andaluzas de este sector coinciden con el comportamiento medio que éste tiene en España¹². Así, por ejemplo, el sector se caracteriza por una importante atomización, con muchas pequeñas y medianas empresas, cuya producción se destina principalmente al mercado nacional –el 91% de la producción se destina al mercado nacional-, y en la mayor parte de regiones, este porcentaje se circunscribe al ámbito regional-local –como veremos en nuestro estudio, éste es el caso de Andalucía-, con una mano de obra cuya formación está por encima de la media en otros sectores.

¹² La información sobre las empresas de este sector en España puede obtenerse a partir de los estudios del INE (1996), *Resultados estadísticos de las Encuestas de servicios jurídicos, servicios empresariales diversos y servicios de investigación y seguridad*; INE (1997): *Encuesta de servicios técnicos*; INE (1998), *Encuesta anual de servicios*.

Las principales diferencias con respecto a la media española se dan en ciertos aspectos importantes. Por ejemplo, también en Andalucía existe una importante atomización, pero en este caso el tamaño medio de las empresas es menor al nacional, tanto en términos de empleo como de facturación¹³: las empresas andaluzas presentan un empleo medio de 18 trabajadores –cuando en España es de más de 30-. En Andalucía este sector es de implantación más reciente que en otras regiones –como Madrid, Cataluña o País Vasco-, por lo que se trata de empresas de creación más bien reciente, y con una tasa de inestabilidad muy elevada. Todas estas características, así como otras, las vamos a analizar más detenidamente a continuación.

Según los datos de la tabla 5.1, se puede decir que las características¹⁴ que definen principalmente al sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía son las siguientes:

A) Tejido de empresas jóvenes.

Éste es un sector de desarrollo muy reciente, siendo la fecha media de inicio de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía 1986, frente a, por ejemplo, 1971 de las empresas con sede en Madrid, o 1977 de las radicadas en Barcelona (IFA, 1997)¹⁵. Si se considera la fecha media de puesta en marcha de los establecimientos¹⁶ radicados en Andalucía, ésta es 1989.

Se puede decir, por tanto, que el sector está formado por un tejido de empresas jóvenes. Tan sólo el 18% de las empresas entrevistadas sitúan la fecha de inicio de su actividad antes de 1980, y el 46% lo hace en la década de los 90¹⁷ (ver tabla 5.2). Por tipos de servicios, el crecimiento reciente de estas empresas en Andalucía se debe fundamentalmente a las que ofrecen servicios del área de Producción.

¹³ En las cifras de facturación no podemos comparar directamente, ya que los datos que nos proporcionaron las empresas entrevistadas en Andalucía, se referían a la facturación total de la misma, sin especificar, en los casos en que son empresas con sede central fuera de la región, qué parte correspondía a lo facturado dentro de la región. Pero, aunque no podemos utilizar directamente las cifras, los datos de que disponemos apuntan a que la facturación es menor en las empresas andaluzas en su conjunto que en la media nacional.

¹⁴ Aunque, en la mayoría de los casos, las características que veremos a continuación son comunes a las empresas de este tipo, algunas de ellas son algo diferentes dependiendo del área de Servicios Avanzados en que las empresas estén más especializadas. Por ello, hemos separado la información en función de las áreas de servicios a que pertenecen los servicios ofrecidos por cada empresa. Las empresas que ofrecen servicios en más de un área se han incluido en aquélla que coincida con los servicios propios de su actividad principal, para evitar que una misma empresa esté considerada en más de un área.

¹⁵ La media de edad del sector en Andalucía es 13 años, similar al caso de Asturias, donde es 11 años, según el estudio realizado por Martínez, Rubiera y Otros (2002) para este sector en el Principado de Asturias.

¹⁶ Ya hemos comentado que vamos a separar la información referente a la empresa en su conjunto de la del establecimiento entrevistado, para aquellos casos en que la empresa tenga más de un establecimiento.

¹⁷ Aunque la característica de la juventud de estas empresas es general –hay que tener en cuenta que estas actividades son relativamente recientes, como se vió en el capítulo 2-, parece ser más acusada en Andalucía que en otras regiones españolas. Por ejemplo, en el País Vasco, según el estudio realizado por Zurbano (1996), “solamente el 21,4% de los establecimientos de servicios a las empresas de Álava y el 28,4% de los de Guipúzcoa estaban en activo para 1975 [...] En Vizcaya los establecimientos de servicios a las empresas anteriores a 1975 ascienden a un 38,4%”. En la Región Metropolitana de Barcelona, el 41,2% inician su actividad antes de 1980 (Soy, 1993).

Tabla 5.2: Inicio de actividad de las empresas entrevistadas

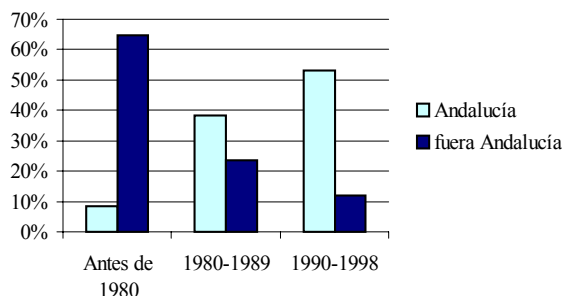
Año	Nº de empresas
Antes de 1980	18
1980-1989	36
1990-1998	46
Total	100

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.3: Inicio de actividad de los establecimientos

Año	Nº de establecimientos
Antes de 1980	9
1980-1989	38
1990-1998	53
Total	100

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5.3: Inicio de actividad de las empresas según la ubicación de su sede central.

Fuente: Elaboración propia.

Si consideramos por un lado las empresas que tienen sede central en Andalucía, el porcentaje de las que inician su actividad en los 90 asciende al 53%, mientras que las empresas con sede central fuera representan el 11'8% (tabla 5.3 y gráfico 5.3). Ello puede indicar, por un lado, que la expansión del terciario avanzado en Andalucía descansa en una base endógena muy significativa, pues parece que las nuevas empresas que inician su actividad en la región son de dentro de la misma.

La otra lectura que se puede hacer es que las empresas más consolidadas, es decir, que llevan más años trabajando en el sector, y que, por tanto, presentan la ventaja de la experiencia y mayor fortaleza ante cambios en el mercado, son de fuera de Andalucía, como puede observarse en el gráfico 5.3. Como veremos a lo largo de nuestro análisis, parece que esta segunda hipótesis es más defendible que la primera. Esto indica que parece existir una dependencia de la oferta de estos servicios procedente de fuera de la región. Es decir, se evidencia una cierta debilidad en la oferta autóctona de estos servicios, que deberá competir con la procedente de fuera de la región en condiciones no similares, ya que esta última procede de empresas con mayor experiencia –al llevar más años trabajando en este campo–.

Si comparamos las empresas catalogadas por el IFA en 1993 y 1997 podemos apreciar que existen unos altos índices de altas y bajas –de las 223 catalogadas en 1993 sólo permanecen unas 150 en la edición de 1997–. Ésta es una característica propia del sector, como ya fue apreciado también para la Región Metropolitana de Barcelona por Soy (1993), o para el Principado de Asturias por Martínez, Rubiera y Otros (2002). Esta característica, a su vez, obliga a ser más cautos a la hora de pensar que el que las empresas más nuevas sean andaluzas signifique que se está activando el sector desde dentro, pues si la mayoría de estas empresas nuevas no permanecen más de 3 ó 4 años, parece que, dadas las escasas barreras de entrada, es relativamente fácil iniciar una actividad de este tipo, pero lo difícil es mantenerla. Esto puede llevar a considerar el

planteamiento de la consolidación de estas empresas como una cuestión muy importante dentro de una posible política de fomento de los servicios.

Este tipo de empresas responde con una gran elasticidad a los movimientos de la demanda de estos servicios¹⁸ y a la evolución de las expectativas de empleo en otras actividades¹⁹, de manera que, ante disminuciones considerables de la demanda o ante mejoras de las expectativas de empleo en otras actividades, se puede producir un elevado número de bajas de estas empresas, como “ajuste” a los movimientos del mercado. Esto puede representar un importante coste social y la posible pérdida de unas actividades que hoy se manifiestan como necesarias en una estrategia de “crecimiento autosostenido”²⁰.

B) Importante peso de las empresas pequeñas.

La dimensión de las empresas de Servicios Avanzados que desarrollan su actividad en Andalucía es, en general, reducida, tanto por lo que se refiere al volumen de facturación, como al número de trabajadores. Más de la mitad de las empresas facturan menos de 100 millones, y casi un 50% tienen menos de 10 trabajadores²¹. La facturación media es de 763 millones de pesetas y el empleo medio de 18 trabajadores por empresa²².

Con respecto al **volumen de facturación**, el 40% de las empresas declaran tener un volumen inferior a 50 millones de pesetas, y tan sólo un 20% dicen que éste es superior a 500 millones. Este dato es más llamativo si nos fijamos en que todas las empresas que declaran facturar menos de 100 millones son las que tienen su sede central en Andalucía, mientras que las que declaran facturar más de 1000 millones, todas tienen su sede fuera de Andalucía.

¹⁸ Como veremos más adelante, uno de los principales motivos, señalado por las propias empresas, para explicar porqué deciden iniciar su actividad en la región, es en respuesta a una demanda creciente de estos servicios. A su vez, algunas de las personas entrevistadas han comentado que si la demanda descende, en algunos casos incluso con un descenso moderado, se verán obligadas a cerrar, al no poder asumir las posibles pérdidas.

¹⁹ Posiblemente debido a la relativamente baja inversión que necesitan para su implantación. Algunas de estas personas han comentado que decidieron emprender el negocio para satisfacer las necesidades de empleo. Hay que tener en cuenta que, como muestra Rubalcaba (2001) en su estudio del sector para la Unión Europea, éste presenta unos niveles muy altos de **autoempleo** en comparación con otros sectores económicos.

²⁰ Estas palabras pueden conducir a bastante equívoco, pues a las mismas se les puede asimilar distintos significados e interpretaciones. No vamos a entrar aquí en la discusión de qué debe entenderse por “crecimiento autosostenido”, pero quede constancia que el significado con el que se utiliza aquí en este punto, y se suele utilizar en la mayor parte de la literatura sobre Servicios a Empresas, es el aplicado por la Teoría Económica convencional.

²¹ Nos estamos refiriendo en todo momento a las empresas de la muestra sobre la que hemos trabajado.

²² En Asturias, según el estudio realizado por Martínez, Rubiera y Otros (2002), el empleo medio es de 27 trabajadores por empresa y la facturación media de 382'7 millones de pesetas. Pero, a la hora de comparar, hemos de tener en cuenta, que el empleo medio citado para Andalucía se refiere tan sólo a los trabajadores que están contratados en esta región, no al total de trabajadores de la empresa. Sin embargo, la facturación media es la total de la empresa, ya que la mayoría de establecimientos entrevistados, cuya sede central está fuera de Andalucía, no tenían información sobre la facturación correspondiente al establecimiento regional, sino al conjunto de la empresa.

En cuanto al **número de trabajadores**, el 47% de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía tienen menos de 10 trabajadores en plantilla²³. Si consideramos sólo las empresas que tienen su sede central en Andalucía, el porcentaje de empresas con menos de 10 trabajadores se eleva al 56,6%²⁴. Realmente, todas las empresas con menos de 10 trabajadores tienen su sede central en Andalucía y todas las de más de 250 trabajadores, excepto una, la tienen fuera (Véase tabla 5.4).

Tabla 5.4: Dimensión de las empresas según el número de trabajadores.

Empleo	Sede central en Andalucía		Sede central fuera de Andalucía		Total	
	Nº empresas	%	Nº empresas	%	Nº empresas	%
Menos de 10	47	56,6	0	0	47	47
10-20	17	20,5	2	11,8	19	19
21-50	13	15,7	2	11,8	15	15
51-100	4	4,8	4	23,5	8	8
101-250	1	1,2	2	11,8	3	3
251-1000	1	1,2	4	23,5	5	5
Más de 1000	0	0	3	17,6	3	3
Total	83	100	17	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

En un 90% de los casos coinciden las empresas de mayor dimensión de sus plantillas y de mayor volumen de facturación, así como lo opuesto. De hecho, de las 47 empresas con menos de 10 trabajadores, excepto 5, todas tienen volúmenes de facturación inferiores a los 100 millones de pesetas, y de estas 5, la que más factura lo hace por menos de 400 millones. En el lado contrario, de las 8 empresas con más de 250 trabajadores, todas facturan más de los 2.000 millones. También se produce una correlación positiva entre la dimensión reducida de las empresas y su constitución reciente, lo cual parece lógico, pues es normal que las empresas que están empezando a funcionar no tengan unas plantillas de muchos trabajadores.

Tabla 5.5: Volumen de empleo y facturación según el número de trabajadores.

Tramos de empleo	Volumen empleo				Volumen facturación		Nº trabajadores Andalucía/empresa	Facturación /empresa
	Andalucía	%	Total	%	Total	%		
Menos de 10	225	13	225	0,2	2390	3	4,8	51
10-50	631	36	780	0,8	5872	8	18,6	173
50-250	445	25	969	1,0	9839	13	40,5	894
Más de 250	463	26	96098	98,0	58244	76	57,9	7280
Total	1764	100	98072	100	76345	100	17,6	763

Fuente: Elaboración propia.

²³ Por tipos de servicios, los mayores porcentajes de empresas con menos de 10 trabajadores se dan en las del área de Mercados, de las que la mayoría son empresas de publicidad, las cuales suelen ser empresas en las que la misma persona que se encarga de su dirección, realiza al mismo tiempo las funciones comerciales, de producción de servicios, etc., contando en la mayoría de los casos con colaboradores para funciones específicas en los momentos de mayor volumen de trabajo.

²⁴ La reducida dimensión de estas empresas es una característica general del sector, también comprobada para otras regiones españolas como Comunidad de Murcia (Del Río, 1991), País Vasco (Zurbano, 1996), Región Metropolitana de Barcelona (Soy, 1993), Comunidad de Madrid (Rubalcaba y otros, 1998), Asturias (Martínez, Rubiera y otros, 2002).

En la tabla 5.5 presentamos el volumen de empleo y de facturación en el total de empresas entrevistadas, clasificadas por tramos de empleo, con sus respectivos porcentajes sobre el total. También indicamos el número medio de trabajadores en Andalucía y la facturación media por empresa²⁵. La facturación por empresa aumenta considerablemente en las de mayor tamaño (por número de trabajadores), de manera que las más pequeñas tienen una facturación media de 51 millones de pesetas y las más grandes 7.280 millones. Esta diferencia entre las empresas pequeñas y las grandes la exponemos más claramente en el epígrafe 5.3.

Si calculamos el **volumen de facturación por empleado**, se observa muy claramente la dualidad a la que hemos hecho referencia en esta actividad en Andalucía. El 68% de las empresas tienen volúmenes inferiores a 10 millones de pesetas por empleado²⁶. Tan sólo un 6% supera los 30 millones por empleado, siendo todas ellas, excepto una, empresas que ya llevan más de 10 años trabajando en este sector, es decir, que ya parecen estar consolidadas. Sin embargo, contrariamente a lo que se podría pensar en un principio, no coinciden las empresas de los tramos superiores de facturación por empleado, con las empresas más grandes, sino que todas ellas, excepto una, son empresas de menos de 20 trabajadores asalariados²⁷.

Si nos referimos ahora a la **dimensión de los establecimientos**²⁸, su tamaño está estrechamente vinculado a la competitividad y eficiencia empresarial. Los datos extraídos de las entrevistas realizadas (tabla 5.6) indican una reducida dimensión de éstos, lo que puede suponer un límite a la capacidad de inversión, impidiendo que se logren economías de escala. En Andalucía, la mayor parte de establecimientos, tanto los de empresas que tienen su sede central dentro de la región –en su mayor parte cuentan con un único establecimiento, que es el analizado–, como los de empresas que tienen su

²⁵ El número medio de trabajadores por empresa en las empresas de menos de 10 trabajadores es de unos 5 empleados, mientras que las de más de 250 trabajadores, tienen un número medio de empleados en Andalucía por empresa de casi 58, debido a que la mayoría del personal trabaja fuera de la región. El número medio de trabajadores en Andalucía en las empresas de más de 50 trabajadores es de 82'5. Según los datos de Eustat, en el País Vasco en 1996 la media de empleados en las empresas con más de 50 trabajadores es de 125 –teniendo en cuenta que se refieren a empresas de Servicios a Empresas en general, es decir, incluyendo los servicios de limpieza, etc.-.

²⁶ En el País Vasco, algo más de un tercio de las empresas facturan menos de 10 millones de pesetas por empleado (Zurbano, 1996), lo que indica que si bien es generalizada la característica del pequeño tamaño de estas empresas, parece que en Andalucía es aún más acusado.

²⁷ Habría que tener en cuenta que las empresas grandes cuentan con una plantilla “fija” que permanece “constante” en las distintas épocas –cuando se demandan más servicios y cuando se demandan menos-. En cambio, las pequeñas, como veremos más adelante, suelen contar con un número, a veces bastante importante, de colaboradores, que participan en la prestación o en algunas fases de los servicios ofrecidos por la empresa en las épocas en que éstos son más demandados. Sin embargo, estos colaboradores, que suelen ser habitualmente las mismas personas, no han sido considerados a la hora de calcular la facturación por empleado, lo cual, de haberse tenido en cuenta, habría reducido esta cifra, precisamente en aquellas empresas en que hemos dicho que es más elevada.

²⁸ Ya comentamos al principio, que habíamos separado la información referente a la empresa, de la correspondiente al establecimiento entrevistado, puesto que en cada caso la información aportada indica cosas distintas. Así pues, por ejemplo, si el establecimiento entrevistado es una delegación de una gran empresa, cuya sede central se sitúa fuera de Andalucía, nos interesa por un lado conocer la dimensión y el funcionamiento de la empresa en su conjunto. Pero, por otro lado, no es lo mismo que el establecimiento que funciona en Andalucía tenga un número amplio de trabajadores y funcione con una cierta autonomía, a que tenga 1 ó 2 trabajadores, y que sólo realice tareas de representación de esa empresa en Andalucía, realizándose prácticamente todo el trabajo fuera de la Comunidad.

sede central fuera –en las que el establecimiento de Andalucía se ocupa de gestionar los servicios solicitados por empresas andaluzas-, suelen tener una estructura muy básica, en la que dos o tres trabajadores pueden desempeñar todas las tareas necesarias para diseñar, producir y vender estos servicios.

Tabla 5.6: Distribución porcentual del número de establecimientos según el número de trabajadores.

Nº trabajadores	Recursos					Sistemas de Información	Estudios y Proyectos
	Total	Humanos	Producción	Mercados	Gestión		
De 1 a 5	37	44	54	50	32	34	25
De 6 a 19	44	56	23	50	52	33	47
De 20 a 49	14	0	23	0	16	0	22
De 50 a 99	4	0	0	0	0	33	3
100 ó más	1	0	0	0	0	0	3
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

El 81% de los establecimientos tienen menos de 20 trabajadores, y, más concretamente, el 37% tiene de 1 a 5. Los establecimientos con más de 50 trabajadores –que en este sector se podría decir que marca el umbral de las grandes empresas (Zurbano, 1996)-, son tan sólo el 5%, de los que sólo el 1% posee más de 100. Esta distribución por número de trabajadores difiere dependiendo del área de servicios en que hemos clasificado a estas empresas. Así, los establecimientos del área de Mercado y los de Recursos Humanos no superan en ningún caso los 19 trabajadores. Sólo los de Estudios y Proyectos tienen establecimientos del último tramo (más de 100 trabajadores).

C) Baja tendencia a agruparse con otras empresas y alta dependencia de la sede.

La creación, extensión y profundización de redes de servicios es uno de los fenómenos más interesantes que se están registrando desde el punto de vista de la oferta en las últimas décadas. Nuestro estudio puede servir para realizar una primera aproximación a la situación de este fenómeno en Andalucía en este sector, a través de tres variables. Para estudiar los núcleos de las redes hemos preguntado el número de establecimientos de cada empresa oferente. Para detectar la existencia de lazos y la relación de estas empresas con otras, principalmente dentro de su ámbito de actuación, especialmente de cara a poder obtener algunas ventajas derivadas de compartir experiencias, unir fuerzas, etc., preguntamos sobre la pertenencia a grupos de empresas así como a alguna red²⁹ o asociación y participación de capital externo a la empresa. Para ver la intensidad de relaciones entre la red, hemos analizado la dependencia de la sede central por los establecimientos periféricos para la prestación de servicios.

Un 59% de las empresas estudiadas constituyen **un único establecimiento**³⁰, mientras que las empresas con tres o más representan el 31%. Estas empresas con un solo establecimiento son las más pequeñas, con sede en la región –precisamente la sede

²⁹ “Las redes o estructuras (networks) consisten en unidades vinculadas entre ellas y que cambian información y servicios para beneficio mutuo”. “Las estrategias de colaboración permiten a las empresas una dispersión de sus riesgos y sus responsabilidades financieras, reaccionar con mayor rapidez frente al mercado y las condiciones competitivas, [...]”. Sayer y Walker, 1992.

³⁰ Existen diferencias según el área de servicios al que pertenece la empresa. Así, las del área de Mercados son las más proclives a poseer un solo establecimiento –el 86% de dichas empresas-.

central es el establecimiento único-, y suelen abastecer el mercado local, sin planteamientos, en principio, de expandir su mercado a zonas más alejadas. De las 41 empresas con más de un establecimiento, 17 (un 41'5%) tienen su sede central fuera de Andalucía, y de las 24 con sede en Andalucía, 12 (el 29'3% de las empresas con más de un establecimiento) la tienen en Sevilla.

Por lo que se refiere a la **dependencia de la sede** para la prestación de un servicio, según el estudio realizado en distintas Comunidades Autónomas españolas por Cuadrado, Del Río y otros (1989, 1991), ésta varía enormemente según las regiones y los sectores. En Murcia el 94% de los establecimientos dependen de la sede central, mientras que en el País Vasco sólo un 32%, en Galicia el 70% y en Andalucía el 49%. Esta disparidad no parece ser explicada por la diferente distribución porcentual de establecimientos ni por el tamaño de las empresas. Sin embargo, como parece que son las regiones con una más reciente implantación de estos servicios las que requieren más asistencia productiva de la sede, parece que la mayor juventud implica mayor dependencia.

En el estudio que nosotros hemos realizado, el 68% de los establecimientos de empresas con más de un local, dependen de la sede para la prestación de un servicio. En la mayoría de los casos el establecimiento en cuestión realiza únicamente las funciones de mantener el contacto directo con el cliente, realizándose el diseño y prestación del servicio en la sede central. Cuando la sede central está fuera de Andalucía, esto ocurre en 3 de cada 4 empresas, lo que indica una acusada dependencia exterior en la prestación de Servicios Avanzados.

Las empresas en esta situación no tienen un perfil definido en cuanto al tipo de servicios prestados, pues se da tanto en empresas de publicidad y estudios de mercado, como en las de ingeniería, asesoramiento y auditoría, gestión, etc. Lo que sí parece confirmarse es lo indicado anteriormente acerca de la relación entre mayor juventud y mayor dependencia, pues el 82% de estos establecimientos se habían constituido en Andalucía después de la segunda mitad de la década de los ochenta.

En nuestro estudio para Andalucía, a la pregunta sobre la **pertenencia a algún grupo o holding**³¹, tan sólo el 21% de las empresas entrevistadas han respondido afirmativamente³², repartiéndose en partes prácticamente iguales entre los ámbitos regional, nacional e internacional. Las empresas que declaran mayormente pertenecer a grupos de empresas son las del área de Producción (39%), destacando también las de Sistemas de Información (33%), sobre todo en lo que se refiere a pertenencia a grupos internacionales (22%).

De estas empresas que declaran pertenecer a algún grupo de empresas, el 67% posee más de un establecimiento, y concretamente un tercio posee más de 10, lo que parece

³¹ Por lo que se refiere a la pertenencia a grupos, hay que decir que ésta es todavía baja en España respecto a otros países occidentales, ya que los procesos de colaboraciones, fusiones o absorciones son más recientes en nuestro país.

³² Este porcentaje es similar al obtenido por Zurbano (1996) para la Comunidad Autónoma del País Vasco, donde una quinta parte de las empresas encuestadas estaban vinculadas a grupos empresariales más amplios. En el estudio realizado por RESER (1995) sobre redes en empresas de consultoría en Europa, de las empresas encuestadas en España –bajo la dirección del profesor A. Soy-, el 32'9% respondieron afirmativamente a la pertenencia a algún grupo.

indicar que las empresas con mayor número de establecimientos se prestan a una mayor pertenencia a grupos. En cuanto a la juventud de las empresas, el 40% de las empresas pertenecientes a algún grupo se constituyeron en la década de los noventa. Parece que el volumen de facturación también puede estar relacionado, pues el 70% de estas empresas declaran facturar más de 100 millones de pesetas. Prácticamente la mitad de las empresas de SAE en Andalucía que tienen su sede fuera de la región declaran pertenecer a algún grupo. Del total de empresas pertenecientes a grupos, el 38% tienen su sede fuera de Andalucía, otro 38% en Sevilla, y el otro 24% en Málaga.

Tan sólo un 15% de las empresas estudiadas declara participar en el capital social de otras empresas, de las cuales sólo una participa en empresas extranjeras, y un 8% dice estar participada en su capital social por otra empresa³³, destacando las empresas de ámbito regional como empresas participadoras.

Diversos estudios han puesto de manifiesto la oportunidad de estructurarse como red³⁴, como una de las posibilidades que tendrían las pequeñas empresas de servicios locales de alcanzar las necesarias economías de escala para poder competir con las grandes empresas de servicios. De las empresas entrevistadas, el 58% contestó afirmativamente a la pregunta sobre su **pertenencia a alguna red o asociación**³⁵. Sin embargo, sólo un 42% declaran pertenecer a alguna red –el resto se referían a su pertenencia a la Asociación de Empresarios de Andalucía, o de su provincia, o a asociaciones de profesionales del sector-. De las que dicen pertenecer a alguna red, destacan principalmente las que tienen su sede central fuera de Andalucía (15 de las 17 con sede

³³ Según Zurbano (1996) el 11% de las empresas en el País Vasco aparecen participadas por capital extranjero.

³⁴ De los estudios realizados por Cuadrado, Del Río y otros (1989, 1991) para diversas Comunidades Autónomas españolas, se desprende que parece que las redes tienden a crecer espacialmente uniendo primero los centros de servicios y desarrollándose después en el espacio. Así, en España, este crecimiento se concentra sobre los polos nacionales o internacionales, afectando a las economías regionales en un segundo momento. Estos trabajos demuestran que la existencia de redes regionales parece estar subordinada a la implantación de redes que unen, primeramente, los grandes centros de servicios. Parece que las redes no se justifican por la necesidad de los grupos para la prestación de servicios, puesto que prestar servicios similares a través de la distancia no es tarea fácil.

De la encuesta realizada por RESER (1995) se obtiene que los objetivos principales del “*partenariat*” parecen focalizarse alrededor de dos tendencias:

- La búsqueda de nuevas competencias, complementarias de las ofrecidas internamente por la empresa, se muestra como el móvil principal o secundario en el 87% de los casos.
- La segunda tendencia revela las dificultades que ejercen las características de la servucción sobre el desarrollo del tamaño del mercado. La construcción o afiliación a una red constituye el medio de satisfacer la necesidad de una proximidad con la clientela (76% de los casos) presentando una oferta multilocalizada.

Las razones de eficacia económica, sinergia, credibilidad también están presentes en estas decisiones, pero aparecen como secundarias respecto a las anteriores.

³⁵ Este porcentaje es pequeño si lo comparamos, por ejemplo, con el caso de Asturias, donde el 63’4% de las entidades del sector están integradas en algún tipo de asociación –porcentaje que se eleva si se incluyen los Colegios Profesionales a los que pertenecen los trabajadores de las empresas- (Martínez, Rubiera y Otros, 2002).

En el citado estudio de RESER (1995), las empresas españolas que contestaron afirmativamente a ser miembros de una red representan el 47’4%. Estas redes eran estructuradas principalmente a través de asociaciones informales –el 46’4% de los casos-, lo que revela que este modo de constituir redes es mucho más importante en España que en Europa –en la que esta modalidad representa el 28’1% de los casos-.

fuera de Andalucía). El 36'1% de las empresas que dicen pertenecer a alguna red, fueron constituidas en los noventa. Coinciden con las empresas de mayor tamaño (16 de las 20 empresas de más de 500 millones de facturación y 10 de las 11 con más de 100 trabajadores pertenecen a alguna red), dominando las empresas cuya actividad está relacionada de algún modo con los servicios de ingeniería (el 19%).

Asociacionismo y pertenencia a grupos son dos formas distintas pero complementarias en el tejido de la disposición radial. El primero se da fundamentalmente entre empresas pequeñas y medianas³⁶, y la pertenencia a grupos es la forma natural de la expansión y estrategia de las grandes empresas o grupos. Parece existir una relación directa entre pertenencia a grupos y asociacionismo. De las empresas que declaran pertenecer a algún grupo de empresas, el 76% también dicen que pertenecen a alguna red o asociación.

Por las conversaciones mantenidas con las personas entrevistadas, en sus respuestas se refleja un muy escaso nivel de asociacionismo, en el sentido de creación de redes de empresas para colaborar en algunas de sus funciones que puedan necesitar de mayores escalas –nos estamos refiriendo al total de empresas, no al 21% que dicen pertenecer a grupos. Muchas de las empresas opinan que sería beneficioso para mejorar la calidad de sus servicios, y sobre todo para ser más fuertes y poder competir con las grandes empresas del sector al que pertenecen, que en la mayor parte de los casos son de fuera de la región, el asociarse con otras empresas que se dediquen a su misma actividad o a actividades complementarias. Sin embargo, ninguna de ellas manifiesta su intención de utilizar la asociación con otras empresas como medio para mejorar su posición competitiva en el mercado. Este hecho podría interpretarse como un reflejo de la postura que se mantiene generalmente en las “economías periféricas”, en las que existen aún muchas reticencias al asociacionismo (Martinelli, 1989, 1991).

D) Importante papel del titular de la empresa.

En un número elevado de casos, el titular de estas empresas, al tiempo que es el propietario, se encarga de la dirección, producción, comercialización e innovación, realizando a veces incluso labores de administración. Esto sucede principalmente en las empresas con menor número de trabajadores, que son las más numerosas, en cuyo caso no están bien separadas las funciones antes enunciadas, encargándose la misma persona de diversas tareas³⁷. Sólo en algunas de las empresas con mayor número de trabajadores, cada persona tiene perfectamente definida su función.

³⁶ Aunque el estudio de RESER (1995) indica que la pertenencia a una red no está relacionada significativamente al tamaño de la empresa en número de trabajadores, ni al número de filiales, ni a la antigüedad de la empresa, sin embargo la situación de las empresas españolas contradice la afirmación relativa al tamaño. El número de clientes y de establecimientos es más elevado en las sociedades de asesoría pertenecientes a redes.

³⁷ El *factor humano* es esencial en la distribución del servicio. El personal de ventas de una empresa de servicios debe desarrollar habilidades de marketing para vender servicios, por lo que este puesto conlleva un alto nivel de responsabilidad. Por ello, en muchas de las empresas entrevistadas, sobre todo en las pequeñas en las que no existe la posibilidad de tener una persona con la suficiente capacidad para desarrollar una tarea de este nivel, es la misma persona encargada de la dirección –normalmente el empresario- la que realiza las tareas de comercialización. Hay que tener en cuenta que en este tipo de empresas de servicios, la persona que representa a la empresa a la hora de vender sus productos necesita ser capaz de tomar decisiones, resolver problemas, dar respuestas y obtener promesas a la vez que está ofreciendo el servicio para obtener la satisfacción del cliente. Es muy importante aprovechar las oportunidades de ganarse al cliente con el mayor nivel de éxito posible.

En las empresas analizadas, principalmente en las de menor número de trabajadores, el titular juega un importante papel tanto en su creación como en su consolidación. Una razón muy importante a la hora de crear una empresa de este tipo es la disposición de un “*Know-how*” adecuado. En un número importante de casos, los titulares habían trabajado en el sector antes de crear la empresa, lo cual les había proporcionado el conocimiento necesario sobre el mismo. Por ejemplo, la mayor parte de los titulares de empresas que ofrecen servicios de ingeniería, habían trabajado anteriormente por cuenta ajena en empresas ya consolidadas, y habían decidido establecerse por su cuenta.

Parece, por tanto, que la capacidad empresarial y técnica es un factor importante para la creación de estas empresas. Las principales características de los titulares de estas empresas son:

- Juventud relativa: el 32% tiene entre 31 y 40 años. Esta característica puede estar relacionada con la juventud del sector. Al ser empresas de reciente creación, una buena parte de ellas han sido creadas por personas jóvenes con iniciativa y ganas de asumir nuevos retos.
- Alto nivel de formación: el 87% de los directivos tienen titulación universitaria.
- El análisis de la procedencia profesional indica que existe gran movilidad intrasectorial: el 45% de ellos trabajaban anteriormente en empresas del sector. Esta característica está relacionada con un rasgo general de este sector, que ha sido puesto de manifiesto para los países de la Unión Europea por Rubalcaba (2001): la mayor orientación de este sector con respecto a otros hacia el trabajo autónomo.
- Se podría hablar de la “masculinización” de los titulares, en el sentido de que la gran mayoría son hombres. Del total de trabajadores de los establecimientos entrevistados el 67% son hombres y el 33% son mujeres. Estos porcentajes varían dependiendo de las funciones que desempeñan estas personas dentro de la empresa. Así, de las personas que están en dirección las mujeres representan sólo un 14%, mientras que en lo que se han denominado otros –limpieza, portería, azafatas de congresos, repartidores, etc.- este porcentaje asciende al 43%. Es decir, que la mujer no sólo representa una proporción considerablemente menor en el total de personas que trabajan en el sector, sino que su papel parece estar delimitado casi exclusivamente a las tareas de menor nivel.

E) Elevada formación y gran movilidad de la plantilla.

Por lo que se refiere a la plantilla, también se constata la alta formación³⁸ del personal, ya que prácticamente la mitad tiene titulación universitaria³⁹ (de grado superior o medio), variando los porcentajes según el área funcional a la que pertenezcan. Así, las personas que trabajan en producción son las que generalmente poseen algún título

³⁸ Aquí se está haciendo referencia a la elevada formación académica.

³⁹ La alta cualificación de los trabajadores en este sector es una característica generalizada, es decir, que se presenta en los distintos espacios en los que se desarrolla esta actividad. Así, en Asturias, por ejemplo, según el estudio realizado por Martínez, Rubiera y Otros (2002), el porcentaje medio de ocupados con estudios superiores supera al 50%.

universitario (un 60%), mientras que las englobadas en otros –limpieza, seguridad, repartidores, etc.- son muy pocas las que poseen algún título (un 6%).

Con respecto a la formación del personal, puede llamar la atención el “exceso” de cualificación en muchos casos, de manera que personas que están realizando funciones puramente administrativas –por ejemplo secretarias- disponen en muchos casos de un título universitario⁴⁰. Según esto, se estarían produciendo situaciones de subempleo. En cierto sentido, parece que muchas de estas actividades están haciendo el papel de “refugio” para el empleo en una época en la que un “puesto de trabajo” parece que puede considerarse como un “lujo”. De esta forma, según comentarios de estos propios trabajadores, cuando terminan sus estudios universitarios no piensan que trabajar en un puesto de trabajo por debajo de sus posibilidades académicas sea un problema, sino que ellos lo ven en el sentido de que entran a trabajar en un sector “estratégico” en el que tendrán posibilidades futuras de ascender o de hacer contactos con empresas de otros ámbitos de cara a otras posibilidades en un futuro cercano.

Otra característica del personal es el estar en un proceso continuo de formación y reciclaje, especialmente por medio del “*learning by doing*”. En la mayoría de las empresas, se da más importancia al aprendizaje en el desarrollo de las funciones propias del puesto de trabajo, que a la realización de cursos de formación que complementen o amplíen la formación que los trabajadores van a necesitar para el desarrollo de sus tareas en la empresa. De hecho, el factor humano es fundamental en estos servicios, requiriéndose empatía por parte del personal. Es decir, la persona que trata con el cliente debe tener la habilidad de entender lo que éste le está pidiendo, frecuentemente de manera no muy clara, siendo su capacidad de adaptarse a los requisitos del cliente de una importancia crucial. Estas habilidades han de ser adquiridas en la práctica habitual de la actividad a desarrollar.

Sin embargo, como de algún modo los empresarios de este sector son conscientes de la importancia que tiene la formación para el desempeño de estas funciones –ya se ha comentado que la mayor parte de ellos son universitarios, y también una parte importante del personal- también se da especial importancia en sus respuestas a la realización de cursos de formación. Principalmente se promueven los relacionados directamente con la actividad que se supone va a desarrollar el trabajador, no viéndose la importancia de ampliar la formación de éste en otros campos relacionados con dicha actividad, y que podrían mejorar la actitud y aptitud de dicho trabajador de cara a realizar unas funciones, que aunque son muy específicas, requieren en muchos casos de una formación más amplia.

En más del 50% de los casos, los trabajadores han realizado cursos de formación en 1999, variando este porcentaje según el área funcional. La mayoría de los cursos eran relativos a la actividad específica que realiza el personal, que varían según la especialidad de la empresa –temas de urbanismo, medio ambiente, ingeniería, publicidad, valoración de riesgos, gestión de la innovación, comercialización, etc.-

⁴⁰ Esto puede estar relacionado con la dificultad para encontrar trabajo por parte de los licenciados españoles –suponemos que la situación es peor en Andalucía que en regiones con menos problemas de empleo como Cataluña, por ejemplo-. Un estudio entre titulados de 12 países refleja que el paro entre los licenciados españoles es tres veces superior al de los europeos y que en España tardan el doble en lograr un empleo (El País, 27 noviembre 2000).

Como cursos más destacados, independientemente de la actividad de la empresa, sobresalen los relacionados con la informática⁴¹ –realizados por el 41% de las empresas–. Nos ha llamado la atención la poca importancia dada a los cursos de idiomas –sólo un 10% de las empresas los realizan–, debiendo el personal realizarlos por cuenta propia. Una posible explicación podría ser la escasa relación de estas empresas con el extranjero, de manera que no ven la necesidad de que el personal aprenda otros idiomas, al no ser necesario mantener contacto con otros países. Otra razón puede ser que las empresas se acogen, en la mayoría de los casos, a los cursos subvencionados, con lo que sólo pueden optar por al oferta de cursos que existen en este sentido.

En las empresas grandes, los cursos son a veces gestionados por la propia empresa y otras veces acuden a empresas de formación o a los cursos del FORCEM⁴², mientras que en las pequeñas, no tienen más remedio que acudir a los cursos subvencionados, debiendo el personal, en muchos casos, acudir a cursos por su cuenta. En aquellos casos en que la empresa no soporta directamente los costes de la formación –es decir, no los imparte internamente o no paga al trabajador el curso que éste realiza en una empresa de formación–, sí asume parte del coste, al liberar al trabajador durante una serie de horas para que pueda acudir a dichos cursos.

F) El empleo⁴³ en este sector: contratos flexibles⁴⁴.

Como señala Rubalcaba (2001), en el empleo ligado a los Servicios a Empresas existen más posibilidades de desarrollar nuevas formas laborales que permitan un mayor grado de flexibilidad y que estén mejor adaptadas al actual mundo económico tan cambiante. *“Así, por ejemplo, el trabajo a tiempo parcial, el teletrabajo, el trabajo en red, etc., tienen una posición respetable en muchos servicios a empresas”*.

Las posibilidades de empleo creadas en este sector se pueden interpretar de distinta manera. Así, se dice que la existencia de más posibilidades para las nuevas formas laborales más flexibles aludidas en el párrafo anterior, *“genera nuevas oportunidades para los trabajadores cualificados y para ciertos grupos específicos como la gente joven que necesita adquirir una habilidad, las mujeres que buscan trabajo compatible*

⁴¹ También en el estudio realizado en Asturias por Martínez, Rubiera y Otros (2002), se cita como cursos más demandados por las empresas de este sector los de actualización de la herramienta informática como instrumento de trabajo habitual.

⁴² El FORCEM consiste en un acuerdo confederal entre la CEOE y los grandes sindicatos. Las líneas formativas vienen establecidas por la Unión Europea, y van dirigidos a empresas de más de 100 trabajadores, con lo cual sólo las medianas y grandes empresas se pueden beneficiar, quedando fuera las pequeñas.

⁴³ La importancia de los Servicios a Empresas en las economías actuales se ha venido ligando cada vez más al empleo, al considerarlos como una nueva fuente de generación del mismo. Pero, lo realmente importante no es tanto la creación directa de empleo por este sector, sino su potencial de empleo indirecto. Como dice la Comisión Europea (1998: 10) *“Un sector como los servicios a empresas, dinámico y próspero, es importante como creador de empleo en sí mismo. Sin embargo, su principal importancia radica en el potencial de empleo indirecto causado por su papel como **inputs** generadores de valor añadido a la industria. Esto genera más actividad económica lo que, a su vez, crea nuevas oportunidades de empleo”*. Otra cuestión sería analizar las características del empleo generado directa e indirectamente por los Servicios a Empresas.

⁴⁴ Los datos de este apartado hay que relativizarlos, en el sentido de que proceden de las respuestas ofrecidas por los empresarios, los cuales, en ocasiones, pueden no dar toda la información requerida por considerarlo no favorable a su empresa.

con la familia o segmentos de población activa que valoran aspectos como la calidad de vida en el trabajo o las posibilidades de eludir problemas de congestión en el transporte” (Rubalcaba, 2001).

Esto está muy bien, siempre y cuando el trabajador haya elegido libremente, y como una opción alternativa a la del trabajo a tiempo completo y en la oficina. Ahora bien, en muchos casos, esta posibilidad da lugar a la “explotación” de jóvenes licenciados que, dada su necesidad de adquirir experiencia laboral, aceptan realizar un trabajo por debajo de sus cualificaciones (subempleo), desarrollar trabajos semejantes a otros compañeros, aunque con menor retribución y sin la mayor parte de los beneficios sociales reconocidos a los trabajadores fijos y a tiempo completo (cotización a la seguridad social, etc.).

La situación de la mujer también es ambigua. Puede que en algunos casos la mujer elija libremente la media jornada por su conveniencia personal, pero en muchos casos aceptan este tipo de contrato por no tener más alternativas. Lo mismo sucede con el teletrabajo y la posibilidad de realizar el trabajo desde casa, en muchos casos esta opción beneficia más a la empresa, a la que supone ahorros de costes relacionados con espacio en la oficina, mobiliario y otros medios, etc.

Por un lado, según los datos obtenidos en el estudio realizado, el 20% de los contratos de los establecimientos entrevistados es a tiempo parcial⁴⁵, porcentaje que es prácticamente el mismo para hombres que para mujeres. Por otro lado, el 18% de los contratos son eventuales⁴⁶, porcentaje que en este caso es superior para las mujeres, 23’68%, que para los hombres, 15’41%.

Ahora bien, este dato no indica totalmente la situación del trabajo en el sector, pues en los contratados eventuales no se tienen en cuenta un número importante de personas que trabajan para estas empresas, en períodos de tiempo determinados, dependiendo de las necesidades de las mismas, y que son consideradas por éstas como colaboradores⁴⁷. El 55% de los establecimientos entrevistados dicen contratar a colaboradores para la

⁴⁵ El empleo a tiempo parcial desempeña un importante papel en las actividades de Servicios a Empresas en general. Según los datos de Eurotat (1997) el porcentaje de empleo a tiempo parcial en 1995 para Europa-12 era el 18’9%, frente al 6’1% de las empresas manufactureras.

⁴⁶ Estos nuevos modos de contratación –los contratos a tiempo parcial y el empleo temporal- reflejan las corrientes de flexibilidad, que si bien no son exclusivas de este sector, sí parece que son más proclives a producirse en el mismo.

⁴⁷ Prácticamente no hay diferencias según el tipo de servicios ofrecidos a la hora de utilizar la ayuda de colaboradores. Así, por ejemplo, las empresas de formación cuentan con profesores no contratados, sino que trabajan para ellos en función de la demanda de cursos existentes, de manera que en épocas en que se realizan más cursos y se requieren más profesores, en lugar de contratar personal eventual, cuentan con la colaboración de un grupo de personas, que suelen ser siempre las mismas. Algo parecido sucede en las empresas de publicidad, estudios de mercado, etc. Cuando necesitan de apoyo para la realización de una campaña publicitaria, para la asistencia a ferias y congresos, etc., tienen colaboradores, que también suelen ser siempre las mismas personas.

En el caso de las empresas de consultoría territorial, ingeniería, etc., los colaboradores realizan más bien funciones complementarias a los servicios que prestan estas empresas. Así, por ejemplo, si necesitan realizar análisis químicos, en lugar de tener un laboratorio que utilizarían de vez en cuando, y que les supondría un coste, muchas veces excesivo para la capacidad de algunas de estas empresas, en esas ocasiones contratan los servicios temporales de una serie de personas expertas en la materia y que colaboran habitualmente con ellos. En todos los casos, los colaboradores suelen ser siempre las mismas personas, según comentan las personas entrevistadas.

realización de ciertas tareas para las que no cuentan con un personal contratado en la empresa. Un 23% dicen que no utilizan colaboradores.

Lo que sí han comentado todas las personas entrevistadas es que sus empresas no acuden a las empresas de trabajo temporal para la contratación de personal necesario para momentos puntuales, sino que cuentan con colaboradores, como hemos comentado, o si requieren contratar a alguna persona, lo hacen desde la propia empresa o mediante empresas de selección de personal, pero no a través de las empresas de trabajo temporal. Muchas de estas empresas, dada la escasez de medios que les hace prescindir de contratar alguna persona más cuando lo requerirían las necesidades de producción de servicios en algunos momentos, o cuentan con algún tipo de subvención que les posibilite contratar a recién licenciados mediante algún tipo de beca de la Junta, o de cualquier otro tipo, o tienen que exigir un esfuerzo extra a las personas ya contratadas, o que rechazar algunas demandas por no poder atenderlas.

G) La estructura empresarial: incertidumbre y flexibilidad.

Gran parte de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía trabajan en unas condiciones de incertidumbre que suponen unas restricciones de dimensión y tipo de crecimiento. Como ya comentó Soy (1993) en su estudio de las empresas de este sector en la Región Metropolitana de Barcelona, este tipo de empresas tiene una estructura empresarial que, en gran parte, responde a las características de un sector “emergente”, según la denominación de Porter (1980). Algunas de las personas entrevistadas nos han comentado la escasa coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios –este tema se trata más ampliamente en el epígrafe dedicado a la demanda vista desde la oferta-, existiendo en muchos casos gran variabilidad en la demanda, lo que unido a situaciones de competencia desleal por parte de la oferta de estos servicios, les obliga en muchos casos a contar con poco personal para poder resistir las épocas de baja demanda, de modo que cuando la demanda aumenta no cuentan con personal suficiente y se encuentran saturados, teniendo en muchos casos que renunciar a ciertas demandas.

Estas empresas se caracterizan por tener una escasa diferenciación funcional interna y una estructura orgánica flexible, como hemos comentado anteriormente. Como consecuencia de ello, tienen una gran capacidad de adaptación y de innovación en función del mercado y, en general, del entorno en que se desarrollan. A través de esta flexibilidad tratan de adaptarse, por ejemplo, a los cambios de demanda, aunque comentamos antes, éstos provocan en bastantes ocasiones el cierre de algunas de estas empresas⁴⁸. Es precisamente la brevedad y la alta variabilidad de la demanda de muchos de estos servicios lo que aconseja una producción muy flexible, lo que se une a la flexibilidad de su estructura orgánica.

Esta flexibilidad también se observa en el personal empleado por estas empresas. En muchas de las empresas pequeñas, el personal tiene una flexibilidad funcional bastante elevada, debiendo realizar en muchos casos tareas correspondientes a más de un área funcional –por ejemplo, en ciertas empresas de publicidad, la misma persona se encarga en ciertos casos del diseño y producción, así como de la comercialización: trato con el cliente del servicio publicitario, asistencia a ferias, montaje del “stand”, atención al público en la feria, etc.-

⁴⁸ Ya hicimos referencia al elevado número de altas y bajas existente en este sector.

Como ya hemos comentado, existe una estructura empresarial dual, en la que domina una estructura excesivamente atomizada, pero también existe un pequeño número de empresas grandes con una importante presencia en sus mercados en términos de cuota y liderazgo de mercado⁴⁹. Esta dualidad es un fenómeno común y generalizable al conjunto del sector de Servicios a Empresas del sistema productivo capitalista⁵⁰.

H) “Personalización” de los servicios ofertados.

Se pueden definir como servicios “estandarizados⁵¹” aquéllos que tienen una estructura estándar, es decir, ajustada a un tipo o modelo, de manera que su prestación es generalizable a cualquier demandante; mientras que los servicios “personalizados” son los que se adaptan específicamente a las necesidades del cliente, no teniendo un formato general para cualquier usuario, sino que varían en función de lo que cada cliente requiere. Según esta definición, se puede decir que en nuestro caso de estudio existe un elevado grado de “personalización” en los servicios prestados: el 82% son personalizados y el 6% combina personalización y estandarización. Por tipos de servicios, los que presentan un mayor grado de personalización son los pertenecientes a las áreas de Mercados y de Gestión, seguidos de Estudios y Proyectos.

Este alto grado de personalización se explica por el hecho de que estos servicios suelen ser muy específicos y adaptados a los requerimientos de cada empresa. Así, por ejemplo, los servicios de publicidad, que son de los más personalizados según los resultados de las entrevistas, se diseñan casi de manera exclusiva para cada empresa. Esto no significa que no tengan una parte estándar común a todos ellos, pero lo que es el resultado final de cada servicio es diferente según la empresa para la que se ha diseñado.

Tabla 5.7: Grado de personalización en la prestación de servicios por áreas (%).

Servicios	TOTAL	R. Humanos	Producción	Mercados	Gestión	S. Información	Est. y Proy.
“Personalizados”	82	62	59	97	91	73	82
“Estandarizados”	12	24	33	3	8	21	8
Ambos	6	14	8	0	0	6	10

Fuente: Elaboración propia.

Como señaló Rubalcaba (1996), en general, las empresas oferentes de estos servicios intentan proporcionar productos lo más estandarizados posible para poder repetir el servicio, lo que supone un ahorro en costes laborales, el aprovechamiento de economías de escala, mayores posibilidades de especialización, así como el refuerzo de la imagen de marca. Sin embargo, en el lado opuesto, las empresas demandantes buscan un servicio personalizado que se ajuste a las necesidades reales de la empresa. De este

⁴⁹ Esto ya lo comentamos al principio, y en otro epígrafe presentaremos las principales características que diferencian ambos extremos.

⁵⁰ Esto mismo ha sido demostrado también en el País Vasco (Zurbano, 1996), en la Región Metropolitana de Barcelona (Soy, 1993) y en el Mezzogiorno (Martinelli, 1989), por ejemplo.

⁵¹ Hay que tener en cuenta que la estandarización tiene un significado distinto en los servicios, porque realmente no hay dos servicios que hayan sido producidos exactamente de la misma manera, debido a la naturaleza específica de los mismos. Esto es de especial relevancia en el caso de los Servicios a las Empresas, en los que la intervención del cliente en su producción es muchas veces de suma importancia.

modo, todo Servicio a Empresa fluctúa entre el interés de la oferta por repetir el servicio y el de la demanda de buscar un servicio personalizado en cada momento.

La oferta personalizada puede beneficiar a aquellas empresas oferentes de pequeño tamaño, que al ofrecer servicios personalizados consiguen así un nicho de mercado, valiéndose de la personalización para poder competir con las grandes empresas del sector que cuentan con una imagen de marca. También sucede lo contrario, que algunas empresas demandantes, en ocasiones compran un nombre, una imagen de marca, en lugar de un servicio, lo que puede dar lugar en ciertos casos a que el servicio resulte ser de peor calidad.

En nuestro caso, el alto porcentaje de personalización que ha resultado de las entrevistas debe ser matizado, ya que estas empresas dan mucha importancia al hecho de ofrecer unos servicios realizados totalmente a la medida del cliente, porque saben que esto les proporciona una ventaja frente a las grandes empresas con las que no pueden competir si no es a través de esta oferta personalizada. Pero esta personalización es relativa, en el sentido de que en muchas ocasiones el servicio es prácticamente estándar, pero en su última fase se adapta ligeramente a las condiciones específicas del contratante.

I) Especialización en el tipo de servicios prestados.

Independientemente de que el tipo de servicios ofrecido sea más o menos “personalizado”, es decir, adaptado a los requerimientos del cliente, las empresas oferentes pueden especializarse en algún tipo concreto de ellos, y centrarse en la prestación de ese único tipo, pueden especializarse en algún tipo pero ofrecer algunos más que irían de acompañamiento, o pueden ofrecer una amplia variedad de servicios.

El grupo de empresas catalogadas oscila entre la especialización y un variado grado de polivalencia: el 41%⁵² de las empresas centra su actividad en asistencias técnicas vinculadas a un solo bloque funcional, es decir, lo que se podrían denominar empresas especialistas, que son más frecuentes en las áreas de Estudios y Proyectos (14 de las 41) y Mercados (10 de las 41). Por otro lado, un 28% abarca servicios situados en cuatro o más bloques funcionales.

Estudios y Proyectos es el área donde incide un mayor número de empresas que ofertan Servicios Avanzados (un 59%), seguida de Producción (49%) y Mercados (40%), y Sistema de Información la que menos (23%)⁵³. Los tipos de servicios más ofertados son los de Inversiones y Estudios de Viabilidad (37%), seguido de Formación (33%), Ingeniería Civil/Industrial, Energía, Residuos, Edificaciones (30%) y Asesoramiento Económico-Financiero (29%). Los que menos son Centro de Cálculo y Bases de Datos (6%) y Asesoramiento en Logística (10%).

En cuanto a la actividad principal, el 52% de estas empresas declaran dedicarse casi en exclusiva a una sola actividad. Como actividad principal de estas empresas destacan las

⁵² Este dato revela una menor especialización que en otras Comunidades Autónomas, como por ejemplo en el País Vasco, donde dos tercios de las empresas ofertan un solo tipo de servicio (Zurbano, 1996).

⁵³ Hay que tener en cuenta que, como se ha dicho, hay empresas que inciden en más de un área.

de Asesoría y/o Consultoría (23%), Ingeniería (20%) y las dedicadas a Publicidad y/o Diseño gráfico (9%)⁵⁴.

5.1.2.2- Aspectos en la localización de estas actividades.

A) Introducción.

Las actividades de Servicios tienden a tener unos niveles altos de concentración en las principales áreas metropolitanas, lo que ha hecho que sean consideradas como actividades fundamentalmente urbanas. Pero no todas las actividades dentro del sector Servicios tienen el mismo comportamiento espacial. Así, son los servicios a la producción, y especialmente los Servicios Avanzados a las Empresas, los que muestran un mayor grado de centralización en los principales núcleos urbanos, como han puesto de manifiesto diversos estudios empíricos realizados para diferentes regiones (Zurbano (1996) para el País Vasco; Soy (1993) para la Región Metropolitana de Barcelona; Rubalcaba y otros (1998) para la Comunidad de Madrid; Martinelli (1989, 2000) para el Mezzogiorno; Keeble, Bryson y Wood (1991) para la región londinense, Illeris (1997) para las regiones de Dinamarca, etc.).

A partir de algunos de estos trabajos empíricos, como por ejemplo los de Martinelli para el Mezzogiorno en Italia, se ha podido hablar de un relativo subdesarrollo de los Servicios a Empresas en las regiones menos desarrolladas, que iría ligado a la reducida dimensión del tejido industrial y a la estructura dependiente de la división espacial del trabajo impuesta por las grandes empresas multilocalizadas en estas regiones. Esta falta de desarrollo de los Servicios a Empresas afecta de forma negativa a las oportunidades de ocupación, dificulta la modernización y la innovación del tejido productivo y acentúa la dependencia en relación con las “regiones más desarrolladas”, provocando un círculo vicioso acumulativo desde el subdesarrollo de las “regiones periféricas”.

Diversos factores han sido señalados a la hora de intentar explicar estas pautas de localización de los Servicios a las Empresas (Illeris, 1989; Ruysen, 1989; Soy, 1993), entre los que se pueden destacar:

- Una restricción es la necesidad de proximidad entre el proveedor y el usuario de estos servicios. Esta restricción se incrementa si se tiene en cuenta que, con distinta frecuencia e intensidad, dependiendo del tipo de servicio, entre otros factores, el cliente ha de intervenir en el proceso de prestación de los mismos⁵⁵.
- Existe una alta correlación entre la pauta de localización de las sedes centrales de las grandes empresas con las de la Administración Pública y las de las empresas proveedoras de estos servicios.

⁵⁴ Estos porcentajes se han calculado considerando las empresas que se dedican a una sola actividad como el total (el 100%).

⁵⁵ Sin embargo, cada vez se plantea más la opción de que el cliente y el productor puedan estar en contacto a través de las Nuevas Tecnologías (por ejemplo, e-mail, etc.), disminuyendo el número de encuentros físicos necesarios. Como veremos más adelante, en el caso estudiado para Andalucía se da la circunstancia de que los establecimientos radicados en esta región pertenecientes a grandes empresas, cuya sede central se sitúa fuera de la región, en muchas ocasiones sólo funcionan como enlace entre el cliente y el proveedor del servicio –de fuera de Andalucía-. Es decir, la empresa decide abrir una oficina en Andalucía, con 1 ó 2 trabajadores, para mantener la proximidad con el cliente, pero las decisiones y la mayor parte del trabajo se realiza fuera de la región.

- Las grandes empresas multilocalizadas tienen una organización jerárquica que se traduce en una división espacial del trabajo, también de carácter jerárquico, que descentraliza las producciones más estandarizadas y concentra las más innovadoras y estratégicas.
- Las empresas de Servicios Avanzados necesitan importantes economías de aglomeración para actuar.

Según Monnoyer y Philippe (1991), la elección de una región para la localización de empresas de servicios a la producción de mediano o pequeño tamaño parece estar sujeta a tres condiciones:

- acceso por parte de las empresas regionales a las Nuevas Tecnologías de la Información;
- el nacimiento de una demanda local de Servicios a Empresas;
- la existencia de una potencial fuerza de trabajo adaptable.

B) La tendencia a la concentración de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía.

En Andalucía no existen censos, inventarios o registros de este tipo de empresas, por lo que hemos acudido para este estudio al catálogo realizado por el IFA al que hemos hecho referencia anteriormente. A partir de él hemos seleccionado una muestra de empresas, teniendo en cuenta su localización y su dimensión, es decir, manteniendo los porcentajes de empresas localizadas en cada una de las provincias andaluzas según dicho catálogo. Vamos a intentar ver en qué áreas se concentra la actividad de Servicios Avanzados a las Empresas y en cuáles no aparecen señales de esta actividad. Para ello utilizamos como unidad espacial de referencia el municipio.

Ya hemos comentado en el capítulo 2 que estas actividades están altamente concentradas en torno a ciertas áreas “centrales”, mientras las regiones “periféricas”, como Andalucía, tienen unas muy limitadas participaciones sobre los totales nacionales. Andalucía no es una Comunidad con una alta atracción para las nuevas delegaciones territoriales de las empresas que deciden instalarse en España, que suelen elegir Madrid y Cataluña, como hemos comprobado en el capítulo 3. Tampoco ejercen un fuerte poder de atracción sobre las empresas que deciden iniciar un proceso de expansión. Así, del total de empresas entrevistadas, sólo un 17% tiene su sede central fuera de Andalucía.

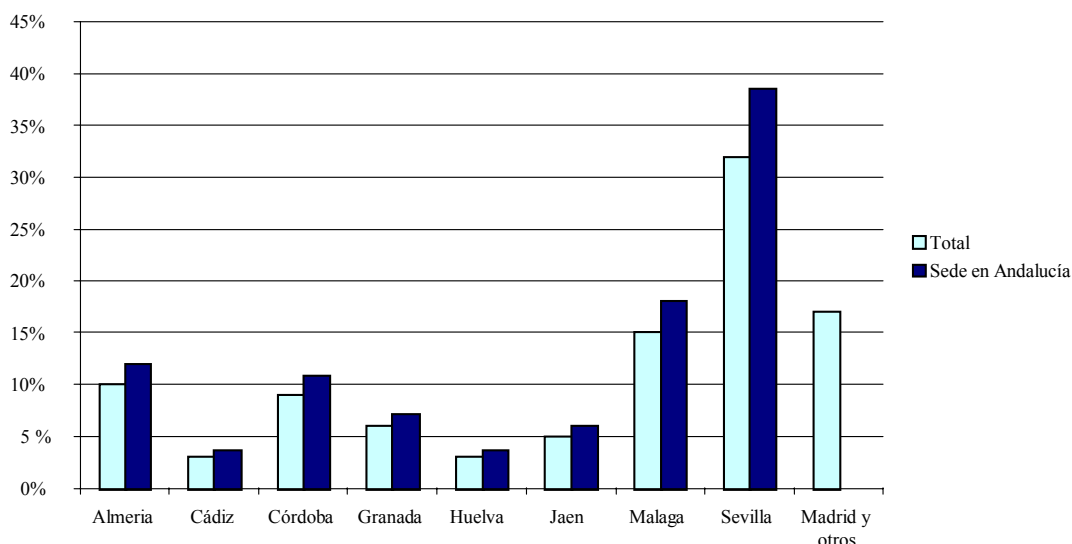
Una vez que una empresa –sede central o delegación-, decide localizarse en Andalucía, la elección de localización nuevamente evidencia esa tendencia a la concentración en ciertas zonas, que coinciden con las capitales de provincia y sus zonas de influencia. Así, puede observarse dentro de la región andaluza, que aparecen áreas vacías, sin ninguna actividad de este tipo, frente a otras en las que se ha alcanzado un cierto nivel de desarrollo. Se confirma, por tanto, la centralización de las empresas de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía: Sevilla capital concentra el 44% de los establecimientos, seguida a larga distancia por Málaga, con un 15%. Si nos referimos al total de las empresas entrevistadas, el 32% tienen su sede en Sevilla, porcentaje que se eleva al 38% si tenemos en cuenta sólo las empresas con sede central en Andalucía⁵⁶.

⁵⁶ Este nivel de concentración puede parecer a primera vista menor al de otras Comunidades autónomas españolas, como por ejemplo Cataluña, donde el 72'5% de las firmas de Servicios a Empresas tienen la sede en Barcelona (Soy, 1993). Sin embargo, hay que tener en cuenta que Barcelona es una de las cuatro provincias catalanas –le correspondería un 25%, con lo cual tiene 1'9 veces más-, mientras que Sevilla es

En cada una de las provincias andaluzas se puede comprobar cómo la mayor parte de los establecimientos se concentran en las capitales –por ejemplo, del 44% de establecimientos concentrados en Sevilla, el 35% corresponde a la capital y sólo el 9% a la provincia-. Son muy pocos los situados en la provincia, y de los que se sitúan en la provincia, la mayor parte son delegaciones, siendo muy escasos los casos de sedes centrales localizadas en pueblos. A su vez, los establecimientos situados en la provincia lo suelen hacer en las zonas situadas cerca de la capital, es decir, en las áreas metropolitanas; por ejemplo, en Sevilla se sitúan en Alcalá de Guadaira, Camas, Tomares, Mairena del Aljarafe, San Juan de Aznalfarache, Coria del Río, etc.

En el gráfico 5.4 se observa la gran concentración en Sevilla de estos establecimientos. En dicho gráfico se puede comparar la concentración de los establecimientos correspondientes a sedes centrales, según se tenga en cuenta el total de los mismos, es decir, incluyendo los establecimientos con sede central fuera de Andalucía –que por tanto sólo poseen delegaciones en esta región-, o se contemplen sólo los establecimientos que cuentan con su sede central en Andalucía.

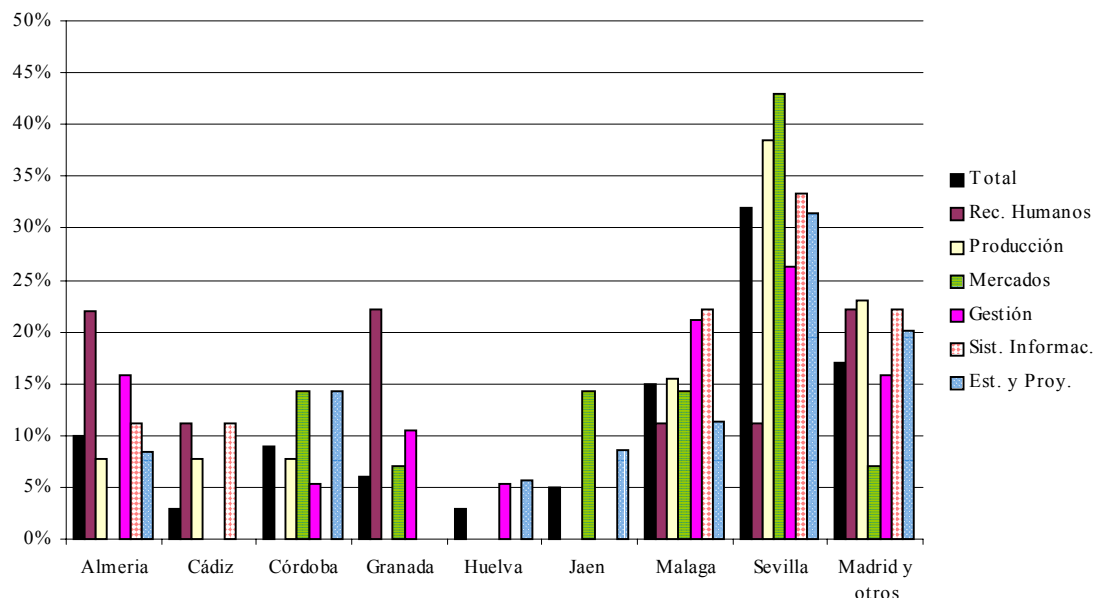
Gráfico 5.4- Distribución espacial de las sedes centrales de las empresas de SAE en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia.

Si separamos las empresas según el tipo de servicios ofrecidos, las que están más concentradas en Sevilla son las de Mercado –con un 42’9% de sus sedes centrales en Sevilla-, Producción (con el 38’5%), Sistemas de Información (33’3%) y Estudios y Proyectos (31’4%). Las empresas que tienen una mayor proporción de sedes centrales fuera de Andalucía son las de Producción, Recursos Humanos y Sistemas de Información (todas superan el 20%). Sólo una de las empresas entrevistadas, perteneciente al área de Estudios y Proyectos, dice tener su sede central en el extranjero (Véase gráfico 5.5).

una de las ocho andaluzas –por lo que equitativamente tendría que corresponderle el 12’5%, por lo que si tiene el 44%, esto significa que posee 2’52 veces más-.

Gráfico 5.5: Localización de la sede central de las empresas según tipo de servicios ofrecidos.

Fuente: Elaboración Propia.

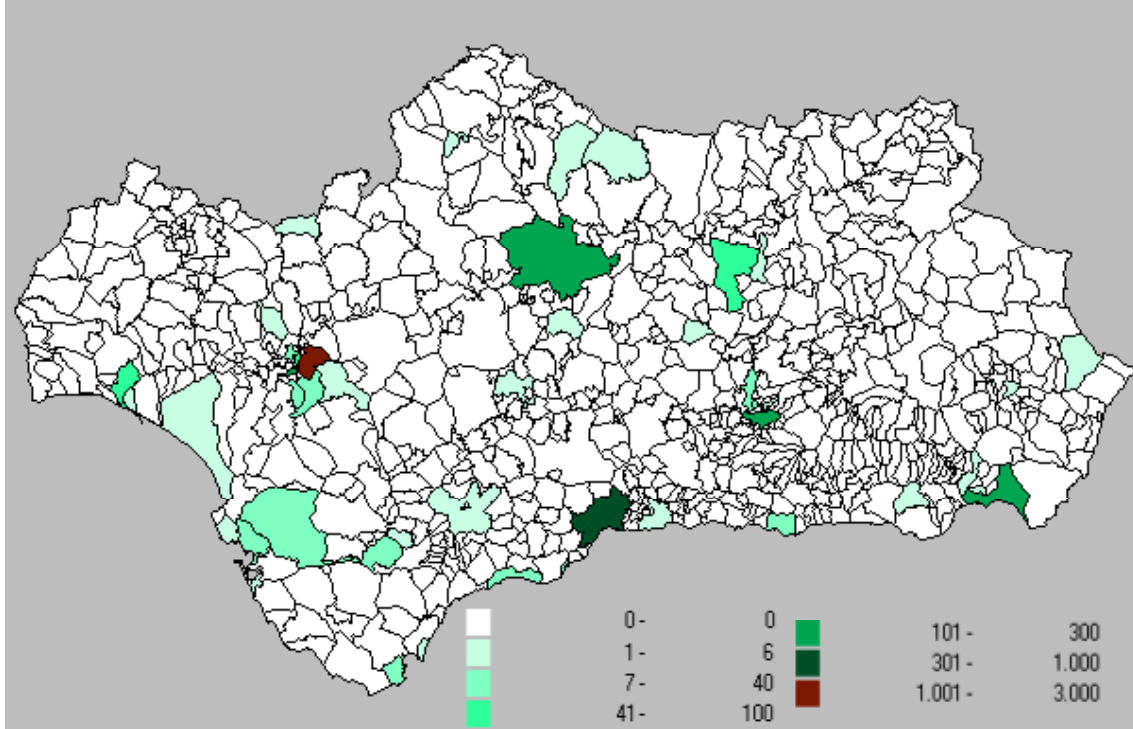
Tomando los datos del catálogo elaborado por el IFA (SERAVAN-97), hemos elaborado los siguientes mapas en los que se puede observar la distribución geográfica del empleo y del número de establecimientos de SAE en Andalucía. En los mapas de las figuras 5.1 y 5.2, se puede apreciar cómo las actividades de SAE en Andalucía se hallan concentradas en los principales núcleos urbanos. La mayor parte del territorio aparece en blanco, es decir, que la gran mayoría de municipios no tienen ningún establecimiento, ni por tanto ningún empleo, en estas actividades. Las zonas con colores más claros, son las que representan municipios en los que existe algún establecimiento, y por tanto algún empleo, en Servicios Avanzados. Estos municipios suelen estar próximos a los principales núcleos urbanos de la región –las capitales de provincia-, que son los que concentran realmente el grueso del empleo en estos servicios.

Concretamente, el 80'3% del número de establecimientos y el 83'3% del empleo está concentrado en los 8 municipios que coinciden con las ocho capitales de provincia. Pero, incluso a este nivel, el reparto tampoco es uniforme, sino que más de la mitad de los establecimientos y del empleo se concentran tan sólo en dos ciudades –Sevilla y Málaga-. La mayor concentración, como indicamos anteriormente, se produce en Sevilla capital, que aparece en rojo en los mapas. En esta ciudad se concentra el 41% del total de establecimientos de SAE en Andalucía, y el 54'3% del empleo⁵⁷. Si tenemos en cuenta también su área metropolitana, el número de establecimientos en Sevilla capital y alrededores representa el 46'1% del total de establecimientos y el 60'1% del empleo. Este área coincide con ser el principal núcleo industrial de Andalucía (Caravaca, 1985), lo que parece indicar la relación entre este tipo de servicios y la existencia de un tejido industrial demandante de los mismos. Aunque también en Sevilla

⁵⁷ Si se consideran tan sólo los establecimientos que son sede central, estos porcentajes aumentan al 47'6% y 54'7%

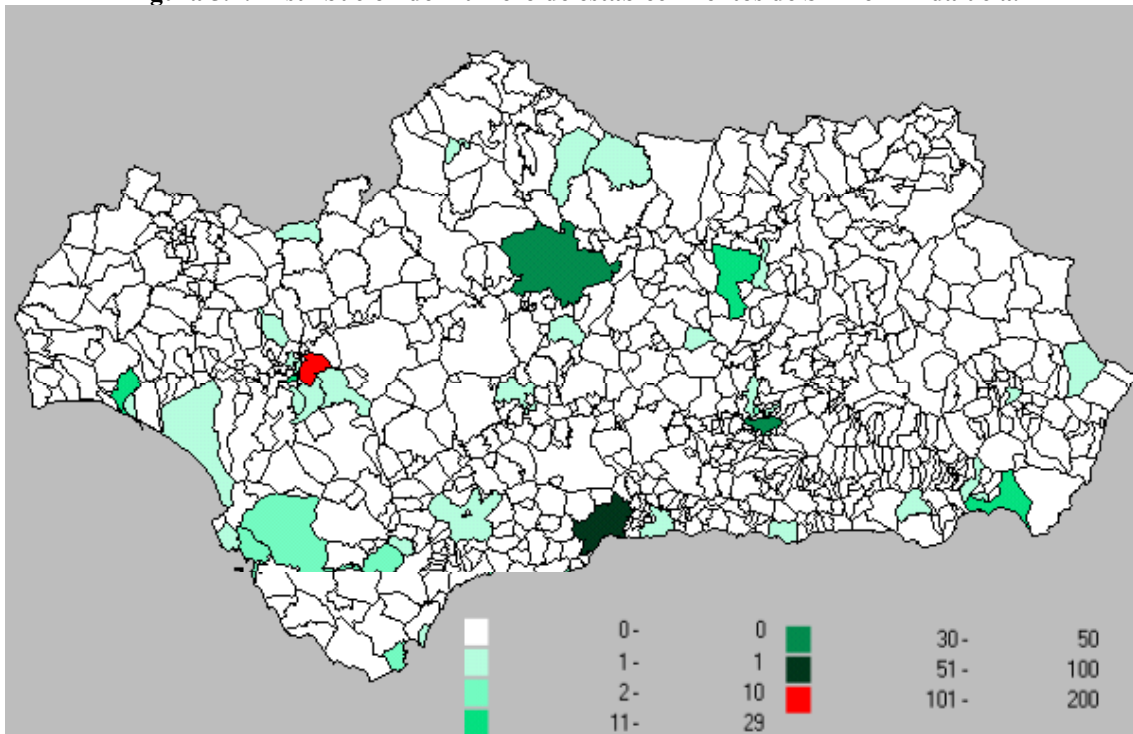
se concentran los organismos de la Administración Pública, que veremos que es uno de los principales demandantes de SAE en Andalucía.

Figura 5.1: Distribución del empleo total en establecimientos de SAE en Andalucía (nº trabajadores).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SERAVAN-97, IFA.

Figura 5.2: Distribución del número de establecimientos de SAE en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del SERAVAN-97, IFA.

Seguidamente, a gran distancia, se sitúa la ciudad de Málaga, con el 13'8% y el 13% del número de establecimientos y del empleo respectivamente. Después estarían Granada (8'3% y 5'2% respectivamente) y Córdoba (6'8% y 4'3%). Este fuerte proceso de concentración implica la aparición de importantes costes sociales derivados de las desigualdades espaciales en la distribución de actividades económicas –bajos niveles de desarrollo en determinadas áreas, emigración, desertización, etc.-

C) Motivos de localización.

Antes de comentar los resultados del análisis sobre los motivos que llevan a estas actividades a localizarse en unas áreas determinadas, consideramos que es conveniente tener presente que existen una serie de factores objetivos –como la existencia de infraestructuras de comunicación- y otros subjetivos –como la proximidad a la vivienda del empresario-. Lo cierto es que en ciertos lugares existen unas condiciones propicias para que se localicen estas actividades y luego surge el empresario.

A la hora de analizar los motivos de localización, hay que distinguir, en el caso en que el establecimiento no coincide con la sede central, entre las razones de localización del establecimiento en cuestión y las de la sede central de dicha empresa. A su vez, se ha distinguido entre los factores que se han tenido en cuenta a la hora de elegir una ciudad⁵⁸ determinada para instalarse, y aquéllos que han influido en la elección de una zona determinada dentro de dicha ciudad.

Los factores⁵⁹ considerados como relevantes a la hora de elegir una ciudad han sido: accesibilidad, proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa, razones de prestigio de la ciudad, proximidad al cliente, proximidad a una oferta de mano de obra cualificada, cercanía a la vivienda del empresario, cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios, cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc.), volumen de negocio potencial y otros. En el caso de la zona dentro de la ciudad, hemos considerado: costes económicos (alquiler, precio de compra), la superficie e instalaciones disponibles, accesibilidad, las infraestructuras telefónicas y de comunicaciones, la proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa, razones de prestigio de la zona, proximidad al cliente, proximidad a una oferta de mano de obra cualificada, cercanía a la vivienda del empresario, cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios, cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc), volumen de negocio potencial, existencia de incentivos o ventajas para esta localización (fiscales, financieros), otros.

Antes de analizar las respuestas ofrecidas, podríamos valorar, en función de lo que hemos podido observar en estas empresas y su entorno, y en los comentarios de algunos

⁵⁸ Entendiendo por ciudad no sólo a las capitales de provincia, sino también a los pueblos.

⁵⁹ Estos factores son los que se han revelado como determinantes en otros trabajos realizados en otras áreas (por ejemplo, Martinelli, 1989, 2000; Monnoyer y Philippe, 1991; Illeris, 1989, 1997; Soy, 1993; Merenne-Schoumaker, 1996, etc.). De cada uno de estos factores, las personas entrevistadas han elegido hasta un máximo de tres, entre los que consideraban más importantes, indicando del 1 al 3, por orden de importancia, en caso de seleccionar más de uno. A la hora de valorar las respuestas, hemos considerado como “muy importantes” aquellos factores a los que se ha dado el valor 1, “importantes” los que han sido seleccionados en segundo lugar, “algo importantes” los valorados con un 3, y “nada importantes” los no señalados.

de estos empresarios, algunos factores que consideramos de interés para explicar la alta concentración de estas actividades en la ciudad de Sevilla, aunque no hayan sido señalados directamente en las respuestas. Así, por ejemplo, el hecho de que uno de los principales clientes de estos servicios –como veremos seguidamente– sea la Administración Pública, y que los organismos centrales de la Junta de Andalucía, la Diputación de Sevilla, etc., se ubiquen en Sevilla capital, parece ser un factor que influye en la localización, sobre todo de las sedes centrales de las empresas con sede en Andalucía. Por otro lado, el que estas empresas, como indicamos al principio del apartado, requieran importantes economías de aglomeración para actuar, también puede explicar la fuerte centralización de establecimientos en Sevilla capital.

De las respuestas obtenidas podemos resumir en el siguiente cuadro los principales factores de localización, distinguiendo entre los que influyen en la elección de una ciudad –nos referimos a municipio– y los que se refieren a la elección de una zona determinada dentro de la ciudad.

Cuadro 5.1: Principales factores de localización de un establecimiento de Servicios Avanzados.

Ciudad	Zona
- Cercanía a la vivienda del empresario	- Accesibilidad
- Cercanía a órganos de la Administración Pública	- Superficie disponible
- Volumen potencial de negocio	- Prestigio de la zona
	- Costes

El que un gran porcentaje de respuestas se hayan referido a la proximidad a la vivienda del empresario, debe hacernos reflexionar sobre qué condiciones coinciden en las grandes ciudades para que en ellas exista un mayor número de personas dispuestas a emprender actividades de servicios de este tipo. Es decir, deberíamos preguntarnos qué espacios poseen las condiciones para permitir crear empresas. En el caso de los Servicios Avanzados a las Empresas, como su propio nombre indica, al ser “servicios a empresas” esto significa que la existencia de las empresas que efectúan una demanda efectiva de estos servicios en una zona, es fundamental para que éstos se desarrollen. Es decir, que son las principales ciudades en general, en las que se dan las condiciones más propicias para que se efectúe una demanda adecuada, las que acaparan principalmente la oferta de estos servicios.

La proximidad a una mano de obra cualificada no ha sido señalado entre los factores más importantes por parte de las personas entrevistadas. Sin embargo, como ponen de manifiesto diversos estudios sobre factores de localización en los Servicios a las Empresas (por ejemplo, Illeris 1991), parece ser que la oferta de personal cualificado es el principal factor de localización local: “[...] *Esta hipótesis (la disponibilidad de recursos humanos cualificados como un significativo factor de localización) está claramente relacionada con la extrema importancia de la calidad en la emergente sociedad, es decir, la crucial importancia del conocimiento y la creatividad como factores claves de producción*”.

Lo cierto es, que si la mayoría de estas empresas se sitúan en las principales capitales de provincia y, concretamente en Andalucía la mayoría está en Sevilla, aunque directamente no hayan considerado el factor de la proximidad a una mano de obra

cualificada, de hecho en estos lugares, en los que se encuentran las Universidades, es donde la mano de obra cualificada es más abundante. Además, la mano de obra cualificada, de no existir en el municipio en cuestión, puede ser trasladada allí desde otros lugares. En realidad, es poca la mano de obra necesaria en la mayoría de estos establecimientos.

El que no hayan considerado la proximidad a una mano de obra cualificada como un factor decisivo de localización, también puede estar relacionado con lo comentado anteriormente acerca del “exceso” de titulaciones. Hemos dicho, que en muchos casos se contrata a titulados superiores para desarrollar tareas para las que no es precisa la titulación poseída. El hecho de que existan más personas en posesión de un título universitario, de las requeridas o realmente necesarias, puede hacer que las personas que dirigen estas empresas no consideren la proximidad a una mano de obra cualificada como un factor determinante en la localización de sus empresas, puesto que, de hecho, cuentan con la existencia de esta mano de obra cualificada abundante.

También hay que tener en cuenta que en las grandes ciudades, que es donde suelen ubicarse las sedes centrales de estas empresas, se da una cercanía al cliente –los clientes de estos servicios son principalmente la Administración Pública y las empresas manufactureras, cuyas oficinas centrales o centros de decisión se sitúan en las grandes ciudades, pues no es en los grandes almacenes o grandes fábricas donde se decide contratar estos servicios, sino en las oficinas centrales- y también una proximidad a una mano de obra cualificada, la cual, normalmente se concentra en los núcleos urbanos. Puede suceder, que estas empresas dan por hecho el fácil acceso a estos dos factores, y piensen que ya le vienen dados y se refieran a otros al contestar sobre los factores que han determinado su decisión de localización. La proximidad a otros servicios, etc., es de mayor importancia en la ubicación de la sede central que en las delegaciones.

5.1.2.3- Grado de diversificación y abastecimiento.

El análisis de las principales características del mercado de Servicios Avanzados en Andalucía lo vamos a abordar desde tres puntos de vista: según la composición sectorial de la clientela, según el ámbito territorial de procedencia de esta clientela y según su dimensión.

A) Distribución sectorial de la clientela.

Hemos preguntado sobre los principales sectores económicos a los que pertenecían las empresas demandantes de sus servicios. Según las respuestas obtenidas, podemos decir que la gran mayoría de estas empresas tienen como cliente a la Administración Pública (68%), siendo en muchos de los casos el cliente principal (en el 30% de los casos), e incluso en algunos el único. Esto pone de manifiesto la dependencia de estas empresas de la política presupuestaria, así como la debilidad de un sector empresarial demandante de este tipo de servicios.

Aparte de la Administración Pública (Junta de Andalucía y Ayuntamientos principalmente), los sectores en los que se encuentran en mayor medida los clientes de muchas de estas empresas son la Industria Agroalimentaria (57%) y la Construcción

(51%), lo cual no es de extrañar, pues éstos son dos de los principales sectores de la economía andaluza.

Tabla 5.8: Distribución sectorial de los clientes y porcentaje medio de la facturación que representa⁶⁰.

Sectores clientes	% empresas que tienen clientes del sector	% de la facturación que representan
Sector agrario	25	1,9
Minería	20	1,7
Sector energético	30	4,7
Industria Agroalimentaria	57	13,7
Industria química	29	2,1
Metal, maquinas y mat. electr.	26	1,1
Material de transporte	25	1,4
Industria textil	19	0,8
Papel y artes gráficas	22	1,9
Otras industrias	25	3,5
Construcción	51	15,4
Servicios Comerciales	34	4,2
Serv de tpe y comunicaciones	30	2,6
Hostelería y restauración	38	5,7
Serv. bancarios y de seguros	31	4,7
Servicios a Empresas	26	1,1
Administración Pública	68	24,8
Otros servicios	37	5,1
Particulares	35	3,5

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 5.6 hemos tomado algunos de los sectores más representativos a los que pertenecen los clientes de estos servicios, indicando tanto el porcentaje de empresas de Servicios Avanzados que tienen clientes en dichos sectores, como el porcentaje de la facturación que representan los clientes de dichos sectores como media. En el gráfico se puede apreciar más claramente lo que comentábamos anteriormente: la mayor parte de las empresas clientes pertenecen a la Administración Pública, seguida de Industria Agroalimentaria y Construcción.

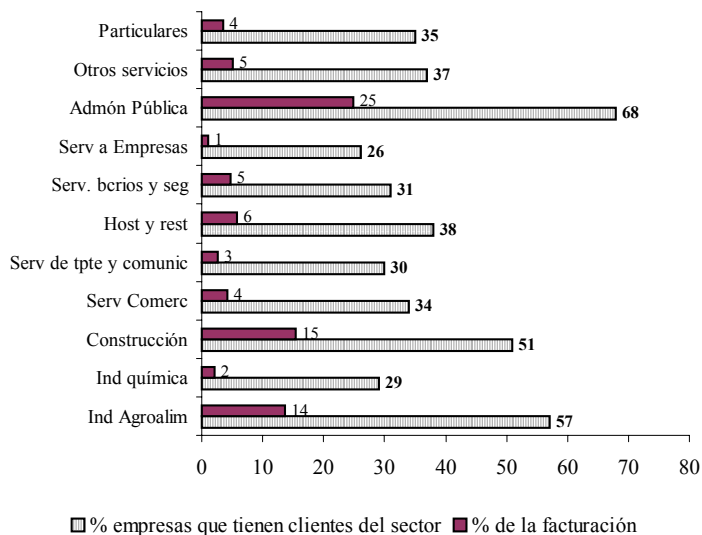
También, lógicamente, son estos sectores los que representan un mayor porcentaje de la facturación: la Administración Pública supone casi el 25% de la facturación total de las empresas de Servicios Avanzados consideradas, las empresas del sector de la Construcción algo más del 15% y las de Agroalimentaria casi el 14%. Es decir, entre estos tres sectores se produce algo más del 50% de la facturación de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía.

Si consideramos los cuatro sectores en los que se divide tradicionalmente la actividad económica, y según la proporción de volumen de facturación que representan, podemos decir que el propio sector Servicios es junto a la Industria el principal demandante de Servicios Avanzados a Empresas. Si consideramos para cada empresa como sector cliente, aquél en el que se encuentra la mayor proporción de las empresas demandantes de sus servicios, la Administración Pública aparece como cliente principal para el 30%

⁶⁰ En el porcentaje de empresas que tienen clientes del sector hemos considerado todas aquellas empresas que tienen algún cliente en dicho sector. Es decir, si una empresa tiene 10 clientes, 5 del Sector Agroalimentario, 3 de servicios comerciales y 2 del sector agrario, esta empresa formará parte del porcentaje de empresas con clientes en los tres sectores mencionados. Sin embargo en el porcentaje de facturación que representan, hemos considerado la facturación total de todas las empresas como el 100% y se ha calculado el porcentaje que representa cada sector.

de las empresas consideradas, el Sector Industrial para el 26% y el propio sector Servicios para el 23%⁶¹.

Gráfico 5.6: Distribución sectorial de los clientes de Servicios Avanzados en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia.

B) Distribución territorial de la clientela.

El destino preferente de estos servicios, desde las empresas que los ofrecen en Andalucía, son las empresas de la Comunidad Autónoma Andaluza⁶². El 96% de las empresas destinan más del 50% de su facturación a empresas andaluzas y el 59% de las mismas sólo trabajan en Andalucía, en las que está incluido el 19% que sólo trabajan en la provincia en que está ubicado el establecimiento.

Tabla 5.9: Procedencia geográfica de los clientes

Ámbito territorial	% empresas que tienen clientes en el ámbito
Sólo Andalucía	59
Sólo la provincia del establecimiento	19
Andalucía y fuera de Andalucía	41
Fuera de España	8
TOTAL	100

Fuente: Elaboración propia.

⁶¹ Según los estudios realizados por Cuadrado, del Río y otros (1989 y 1991) para distintas regiones españolas y para los Servicios a Empresas en general, los Servicios constituyen la principal demanda de estas actividades, existiendo algunas variaciones por regiones. Así, en el País Vasco y en Murcia, el Sector Industrial es el principal destinatario de estos servicios.

⁶² También Zurbano (1996) demostró para el País Vasco que el destino preferente de las empresas de Servicios a Empresas eran las empresas de la CAPV, que acaparan prácticamente la mitad de los Servicios a Empresas, lo que significa que en Andalucía es aún más acusado el destino de la producción dentro de la propia región.

Se podría decir que la oferta de Servicios Avanzados por parte de las empresas andaluzas se dirige, salvo raras excepciones, al mercado local. El 70% de las mismas destina al menos el 50% de su facturación a la ciudad en la que residen, de las que el 19% de ellas destinan el 100% de sus servicios a esa ciudad. Esto es consecuencia de la falta de desarrollo de este tipo de servicios, y pone de manifiesto el carácter endogámico de los mismos. Una posible causa de esta situación, según nos comentan algunas de las personas entrevistadas, es la escasa dimensión económica-financiera junto con el carácter personalista de algunas de estas empresas, que supone un obstáculo a la hora de destinar recursos para mejoras de gestión, innovación tecnológica, etc. Es decir, debido a la escasa dimensión de las empresas de Servicios Avanzados, éstas se ven obligadas a buscar la rentabilidad a corto plazo, de manera que su estrategia queda supeditada a las condiciones que les impone el mercado. Tan sólo el 8% de los establecimientos andaluces ofrecen servicios a empresas radicadas fuera de España⁶³.

Dentro de Andalucía, las empresas de Servicios Avanzados presentan los menores porcentajes de clientes en las provincias de Jaén (45%) y Almería (46%), mientras que Sevilla es la que abarca, con diferencia, un mayor porcentaje de empresas con clientes en dicha provincia (el 76% de los establecimientos de Servicios Avanzados en Andalucía entrevistados, poseen empresas clientes en Sevilla), lo que puede explicar la fuerte concentración de la oferta de estos servicios en Sevilla, como vimos anteriormente.

C) Dimensión de las empresas clientes.

A primera vista se puede decir que se observa una concentración de los clientes según la dimensión de las empresas clientes clasificadas por el número de trabajadores, principalmente en las empresas de pequeño tamaño (menos de 50 trabajadores), que precisamente son las mayoritarias en nuestra región. Muchas de las empresas que han contestado tener como clientes a empresas grandes, matizaban que poseían alguna empresa cliente de este tamaño, pero que la mayoría eran medianas y pequeñas⁶⁴. No obstante, aunque en número fueran menos las empresas grandes, en volumen de facturación éstas representan un peso mayor.

Tabla 5.10: Dimensión de las empresas clientes y porcentaje medio de la facturación que representan.

Dimensión de las empresas clientes	% de empresas ⁶⁵	% facturación
Empresas pequeñas (hasta 50 trabajadores)	63	24
Empresas medianas (de 51 a 250)	25	28
Empresas grandes (más de 250)	12	48

Fuente: Elaboración propia.

⁶³ Estos establecimientos no tienen un perfil definido. De ellos 3 se dedican a asesoramiento y/u organización de empresas, 2 a ingeniería, 2 a transferencia de tecnología y 1 a diseño de maquinaria especial. La mitad inició su actividad antes del 90, coincidiendo con ser las que facturan más de 200 millones de pesetas, y la otra mitad lo hizo en los 90 y facturan menos de 50 millones.

⁶⁴ Según el mencionado estudio realizado por Cuadrado, Del Río y otros (1989) para Andalucía, las principales empresas demandantes son las de menor tamaño –menos de 50 trabajadores–.

⁶⁵ En cada porcentaje se han incluido las empresas que han contestado destinar más del 50% de su volumen de facturación a empresas clientes de ese tamaño. Es decir, que aunque algunas empresas tienen clientes comprendidos en los tres tramos de tamaño considerado, se ha optado por incluirla en aquel tramo al que destina mayormente su producción.

Si se excluye a la Administración Pública y empresas públicas de los clientes de Servicios Avanzados, considerando tan sólo las empresas privadas, la mayor parte de éstas son PYMEs. Entre las de menos de 50 trabajadores hay muchas con menos de 10 (un 26%). Según las propias empresas entrevistadas, son las empresas clientes de menos de 50 trabajadores las que más han aumentado en los dos últimos años.

D) Dependencia de algunas empresas clientes.

Algunas de las empresas que ofrecen Servicios Avanzados en Andalucía, dependen en un porcentaje bastante alto de su volumen de facturación, de una sola o unas pocas empresas clientes, que en muchos casos coincide con ser la Administración Pública, lo cual hace que su actividad esté supeditada al funcionamiento de estos pocos clientes. Esto representa un grave problema, ya que si la empresa principal cliente, representa un volumen muy elevado de la facturación de esa empresa, y por cualquier motivo falla en su demanda, la empresa en cuestión puede verse obligada a suspender su actividad. Si esta empresa principal es la Administración Pública, como sucede en muchos de los casos, el funcionamiento de estas empresas oferentes de Servicios Avanzados dependerá de decisiones políticas, más que de la marcha del mercado.

De las empresas entrevistadas, un 30% ha reconocido depender en más del 30% de su facturación de un solo cliente. Este porcentaje se eleva al 47% de empresas que dicen depender en más del 30% de su facturación de los cinco clientes principales. Tan sólo un 50% del total de las empresas entrevistadas que ofrecen Servicios Avanzados en Andalucía, poseen una cartera muy diversificada de clientes, de modo que el hecho de que uno o varios de estos clientes decidan no demandar sus servicios en un año determinado, no les supondría un problema que no tuviese fácil solución.

5.1.2.4- Previsiones de comportamiento empresarial.

Para estudiar las previsiones de comportamiento de estas empresas, les preguntamos si tenían planes de expansión y, en caso afirmativo, sobre las estrategias para llevarlos a cabo. Las empresas prevén una necesidad creciente de personal, especialmente de profesionales y técnicos cualificados. El problema es, en muchos casos, la falta de profesionales con la experiencia y el nivel de cualificación adecuado.

La gran mayoría (el 75%) de las empresas entrevistadas contempla planes de expansión, tomando éstos formas diferentes según las áreas de servicios a que pertenecen dichas empresas. Generalmente, las empresas tienden a escoger la vía de la penetración en nuevos mercados⁶⁶ y la intensificación de los servicios existentes⁶⁷, más que la de ampliación de los servicios. Casi todas las empresas prevén la creación de empleo.

⁶⁶ Pero, la mayoría no se refieren a la penetración en mercados exteriores, sino dentro de la propia región.

⁶⁷ Las vías de la intensificación de la producción y de la penetración en nuevos mercados, también resultaron ser las más escogidas por las empresas andaluzas según el estudio realizado por Cuadrado, Del Río, Rebollo y otros (1989). En el País Vasco los objetivos principales de los planes de expansión son, por orden de importancia: intensificar los servicios existentes, penetrar en nuevos mercados, mecanizar los procesos actuales y ampliar la gama de servicios (Gobierno Vasco, 1991).

Las opciones de ofrecer paquetes integrados de servicios y la de diversificar la gama, no son tenidas en cuenta por la mayoría de empresas que ofrecen Servicios Avanzados en Andalucía. Esto significa, que las posibilidades de introducir procesos de estandarización y de aprovechar las economías de escala, no estarían consideradas dentro de las opciones de competir en unas mínimas condiciones de igualdad con las empresas externas.

Tampoco parece que las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía vayan a adoptar, como uno de sus comportamientos empresariales de cara al futuro, la innovación en procesos y en productos (posibilidad que no ha considerado el 90% de las empresas estudiadas), lo cual podría posibilitar la configuración de una oferta dinámica y adecuada a las necesidades que se plantean actualmente, derivadas de la norma competitiva internacional.

Tabla 5.11: Porcentajes de empresas que contemplan planes de expansión por áreas de servicios⁶⁸.

Áreas de servicios	Planes de expansión	Intensificación-especialización	Nuevos mercados	Mecanizar-innovar	Ampliar la gama	Paquetes integrados
Recursos Humanos	66,7	22,2	33,3	44,4	22,2	22,2
Producción	76,9	30,8	46,2	30,8	23,1	0
Mercados	71,4	21,4	42,9	14,2	21,3	0
Gestión	84,2	52,6	63,2	31,6	15,8	26,3
Sistemas de Información	88,9	55,6	77,7	33,3	44,4	0
Estudios y Proyectos	69,4	25,0	55,6	14,0	30,6	0

Fuente: Elaboración propia.

El mercado de este tipo de empresas es fundamentalmente un “mercado de clientela”, donde la forma de darse a conocer por parte de las empresas es, sobre todo a partir de los clientes actuales y donde los pedidos llegan básicamente de los propios clientes principales. Como ya hemos comentado anteriormente, el 30% de los establecimientos de Servicios Avanzados en Andalucía dependen en más del 50% de su facturación de los cinco clientes principales.

Como concluyeron Cuadrado, Del Río y otros (1989, 1991) en sus estudios sobre este sector en distintas regiones españolas, se puede afirmar que las diferentes estrategias adoptadas por estas empresas de cara a su posible expansión futura, responden a la visión personal que los agentes oferentes tengan de su situación y del mercado, con cierta independencia del área en que trabajen o de la región donde se encuentren. Los Servicios Avanzados son actividades muy condicionadas en la mayoría de los casos por factores de centralidad y buena accesibilidad, prestigio y buena imagen. Por ello, la disponibilidad y el coste de localización pueden influir bastante en el crecimiento del sector y, sobre todo, en su pauta de difusión territorial.

De las empresas entrevistadas, el 67% manifiesta que no recibe ningún tipo de ayuda pública, y un 43% declara que serían necesarias más ayudas por parte de la Administración. Gran parte de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía

⁶⁸ Por áreas de servicios, Sistemas de Información y Gestión son las que presentan mayor proporción de intención de desarrollar planes de expansión, siendo el área de Recursos Humanos la que menos. La penetración en nuevos mercados, como ya hemos comentado para el total de empresas estudiadas, es la vía mayormente elegida, presentando los niveles más altos en las áreas de Sistemas de Información y Gestión. La oferta de paquetes integrados de servicios sólo ha sido considerada por algunas empresas de las áreas de Gestión y Recursos Humanos.

consideran que la Administración Pública debe actuar estableciendo incentivos fiscales y financieros para reducir costes y fomentar la introducción de Nuevas Tecnologías, mejorar los sistemas de formación del personal especializado, regular el mercado frente al intrusismo, etc.

Las acciones de información han sido valoradas por estas empresas casi tanto como las financieras. Se considera importante mejorar la información tanto de cara a las empresas oferentes –para evitar la duplicidad de acciones, poder luchar frente al intrusismo, conocer las necesidades reales de la demanda, etc.- como a las demandantes –como veremos más adelante, las personas responsables de estas empresas de SAE consideran que uno de los principales motivos por los que no se demandan todos los servicios necesarios por las empresas es la falta de información-.

5.1.2.5- Opinión de las empresas oferentes acerca de la demanda de estos servicios⁶⁹.

Para conocer cuál es la visión que tienen los empresarios y empresarias que ofrecen Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, sobre las empresas que demandan o podrían demandar sus servicios, les hemos realizado una serie de preguntas relativas a su opinión sobre la adecuación entre oferta y demanda de estos servicios, sobre las preferencias observadas en las empresas demandantes, etc. Hay que tener en cuenta que, en todo caso, nos estamos refiriendo a las opiniones de los empresarios, con lo cual las observaciones que hagamos deben ser tomadas en referencia a este hecho, y teniendo en cuenta, que además de ser opiniones, el empresario tiende a intentar dar la mejor imagen posible de su empresa y/o sector.

A) Opinión sobre la actuación de la Administración Pública con respecto a este sector.

Hemos preguntado a las personas entrevistadas su opinión sobre la actuación de la Administración Pública, en el sentido de si consideran que son necesarias ayudas o medidas de promoción de algún tipo por parte de ésta. Algunas de estas personas (concretamente el 10%) se han quejado de la falta de apoyo e interés por parte de la Administración Pública, que en muchos casos, en lugar de facilitar las cosas a los empresarios y promover el desarrollo de este tipo de servicios en Andalucía, informando e incentivando a la demanda por ejemplo, lo que hace en muchos casos es entorpecerlo con el exceso de burocracia.

El 43% de las personas entrevistadas opina que serían necesarias más ayudas públicas para mejorar la prestación de sus servicios. Este dato revela la debilidad de estas empresas, ya que si necesitan de la Administración para funcionar bien, significa que por sí solas no son capaces de realizar las actividades que las empresas de su mismo ramo realizan en otros lugares. Si bien también podría interpretarse, que al ser un sector de implantación relativamente reciente en nuestra región, estos empresarios demandan el impulso de una ayuda pública para posibilitar el asentamiento de estas empresas en un mercado, en principio de débil demanda como el andaluz, hasta conseguir un fortalecimiento del mismo.

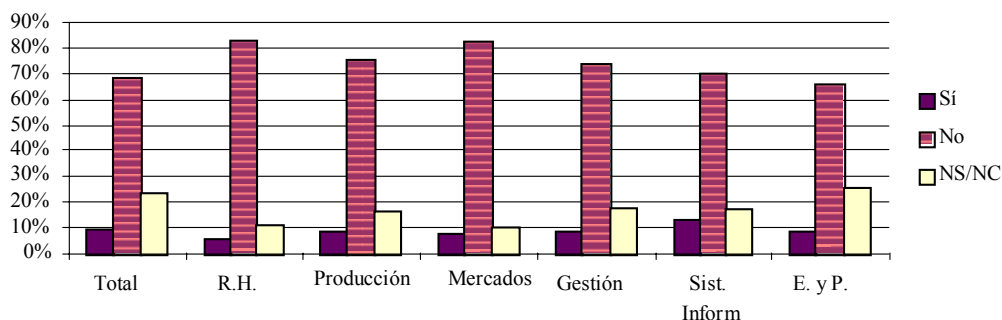
⁶⁹ Para este respecto puede consultarse Asián 2000e.

Las empresas con sede central en Andalucía, tanto las de servicios como las de cualquier otro tipo que puedan demandar Servicios Avanzados, suelen ser pequeñas, y suelen tener pocas expectativas de crecimiento. La mayoría se conforman con mantenerse y no aspiran a más. Un dato significativo es que un 23% de estos empresarios declaran no tener previsto ningún plan de expansión para los próximos años, como ya comentamos en el apartado referente a este tema.

B) Opinión sobre la adecuación de la demanda a las necesidades de las empresas.

También les hemos preguntado si piensan que las empresas andaluzas demandan todos los servicios que realmente necesitan, y mayoritariamente nos han respondido que no (el 68'0%), contestando que sí sólo el 9'0%. Las empresas que ofrecen servicios de formación y selección de personal, son las que mayoritariamente opinan que las empresas no demandan todos los servicios necesarios (el 83'3%), y es que opinan que las empresas no dan a la formación del personal la importancia que realmente tiene.

Gráfico 5.7: Opinión sobre si las empresas demandan todos los servicios que realmente necesitan.

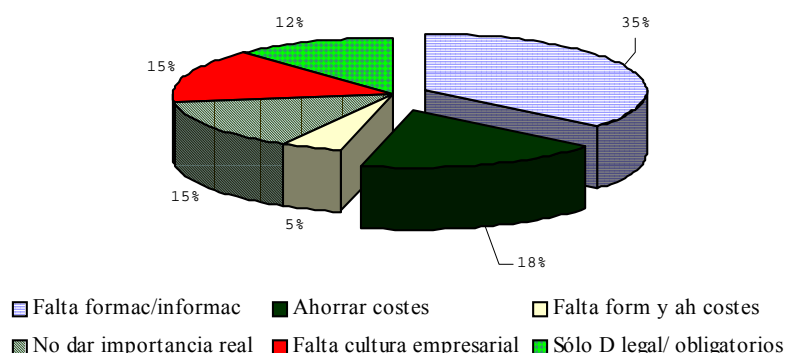


Fuente: Elaboración propia.

De los empresarios que piensan que no se demandan todos los servicios que las empresas realmente necesitan, el 35'8% opina que es por falta de formación y/o información del empresario, el 17'9% que es por ahorrar costes y el 4'5% por ambos motivos. Un 14'9% opina que es porque no se da la importancia que realmente tiene este tipo de servicios, de manera que muchas empresas no los consideran necesarios, sino más bien como un lujo o algo superfluo. Otro 14'9% opina que es por falta de "cultura empresarial", es decir, porque muchas empresas no tienen visión de futuro y, además, muchas de ellas piensan que ellas solas pueden abastecerse de estos servicios, no viendo la necesidad de que lo realice una empresa especializada. Por último, el 11'9% opina que las empresas demandan estos servicios cuando son obligatorios, es decir, cuando se les exige legalmente, pero no los ven como algo necesario para el desarrollo de su actividad⁷⁰.

⁷⁰ Realmente ésta es la percepción que tienen las personas que dirigen estas empresas acerca de este tema. Como veremos cuando hagamos referencia a las opiniones sobre estas cuestiones por parte de la demanda, la opinión es diferente desde el punto de vista de las empresas oferentes a la de las empresas demandantes. Así, por ejemplo, las demandantes sitúan como causa primera y principal de que no se demanden los servicios necesarios la cuestión de no poder hacer frente a los costes de los mismos. Sin embargo, desde la oferta se considera que la causa principal de la escasa demanda es la falta de formación y de información del empresario, considerándose los costes en segundo lugar.

Gráfico 5.8: Motivos por los que las empresas no demandan todos los servicios necesarios.



Fuente: Elaboración propia.

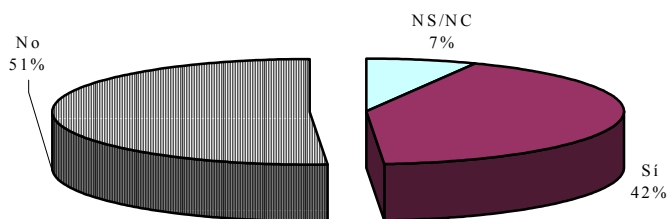
Así, cuando les preguntamos a las empresas oferentes sobre la necesidad de que la Administración Pública interviniese a favor del desarrollo de estos servicios, aunque no se rechazan, lógicamente, las posibles ayudas financieras, el tipo de ayudas que realmente se consideran necesarias son las encaminadas a mejorar la información de los servicios. Esta mejora de la información se estima en un doble sentido: información a las empresas usuarias sobre los servicios disponibles y los posibles prestadores –en la línea del catálogo realizado por el IFA (SERAVAN), pero con una mayor difusión entre las empresas-; así como facilitar el acceso a la información disponible, de carácter no confidencial, sobre la actividad económica en los diferentes sectores.

C) Coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios.

Como hemos comentado en más de una ocasión, una de las características de los Servicios a Empresas, que influye decisivamente en su utilidad para mejorar la competitividad de las empresas, es la correcta interacción entre el proveedor y el cliente. Por ello hemos preguntado si existe una adecuada coordinación entre la oferta y la demanda de estos Servicios Avanzados en Andalucía. Más del 50% de las personas entrevistadas opina que no existe una adecuada coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios, siendo el principal problema por parte de la demanda el estar desinformada o el no tener la suficiente formación para ser conscientes de la importancia de estos servicios para mejorar el desarrollo de sus empresas⁷¹. Por un lado, señalan como problemas de la oferta el exceso de competencia en algunos de los servicios ofrecidos, así como la competencia desleal, a veces por parte de la propia Administración Pública. También nos comentaron que existe mucho intrusismo. El principal problema de la oferta es la falta de capacidad para atender en algunos casos a un aumento de la demanda.

⁷¹ Esto está relacionado con lo que han respondido acerca de si las empresas demandan todos los servicios que realmente necesitarían para “adecuarse” a los requerimientos de competitividad y eficiencia dominantes en el actual mercado internacionalizado.

Gráfico 5.9: Existencia de adecuada coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios



Fuente: Elaboración propia.

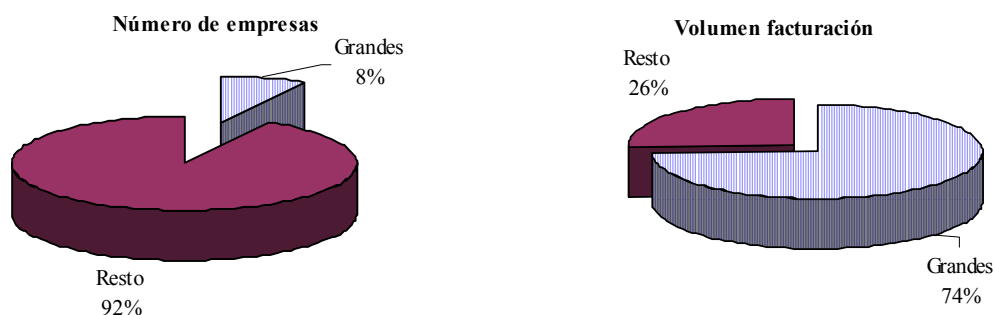
5.3- Comportamiento de las empresas del sector según el tamaño.

5.3.1- Grandes empresas.

En este apartado vamos a analizar las principales características de las grandes empresas de este sector en Andalucía, considerando como grandes aquéllas con más de 250 trabajadores en plantilla. Veremos cómo estas empresas presentan algunas características específicas que las diferencian del resto, especialmente de las más pequeñas, que analizaremos en el apartado siguiente.

En primer lugar hay que decir que el número de estas empresas tan sólo representa al 8% del total, sin embargo en volumen de facturación representan el 74'4% del total. Es decir, un pequeño número de empresas concentra las tres cuartas partes de la facturación total⁷². De hecho, todas estas empresas declaran facturar más de 1000 millones, es decir, todas están situadas en los tramos superiores de facturación.

Gráfico 5.10: Porcentaje de las grandes empresas en número y en volumen de facturación



Fuente: Elaboración propia.

⁷² Lo realmente interesante sería conocer qué parte de esta facturación corresponde a las actividades realizadas en Andalucía. Pero, en muchos casos esto no es posible conocerlo, ya que en estas grandes empresas, la mayor parte de las actividades se realizan fuera de la región (normalmente en las sedes centrales), y contabilizan sus ingresos de manera centralizada, sin separar lo que corresponde a distintas áreas geográficas en que opera la empresa.

Por lo que se refiere a la antigüedad, el 50% se constituye antes de 1980, y tan sólo 1 de ellas lo hizo en la década de los noventa, concretamente en 1990. Esto era algo que se podía prever de antemano, pues lógicamente una empresa de constitución reciente no suele empezar con muchos trabajadores. Sin embargo, los establecimientos entrevistados⁷³, ubicados obviamente en Andalucía (concretamente, 6 en Sevilla y 2 en Cádiz), se constituyen más recientemente. En este caso, ninguno es de antes de 1980, el 63'5% se constituye en los ochenta, y el resto en los noventa, concretamente todos en 1990.

Esto es lógico, pues, como ya hemos comentado también anteriormente, muchos de los establecimientos que se corresponden con delegaciones de empresas de fuera de Andalucía, comienzan a operar en la región cuando se ve que existe una demanda de estos servicios en la región, y la empresa estima oportuno abrir aquí un establecimiento para mantener la cercanía con el cliente. El 50% de ellos dicen haberse constituido aquí en Andalucía en respuesta a una demanda creciente de los servicios que ofrecen, y el 25% considera que fue debido a motivos estratégicos de la empresa⁷⁴.

**Tabla 5.12: Localización de la sede central.
Porcentajes sobre el total**

Ubicación de la sede central	% de empresas
Sevilla	12,5
Madrid	50,0
Barcelona	12,5
Bilbao	12,5
Fuera de España	12,5

Fuente: Elaboración propia.

Sólo una de estas grandes empresas tiene su sede en Andalucía, concretamente en Sevilla⁷⁵. Una de ellas tiene su sede fuera de España, y de las restantes, dos terceras partes tienen su sede en la capital de España, y el otro tercio en Barcelona y Bilbao.

Por el tipo de servicios ofrecidos, se puede decir que se trata principalmente de empresas que ofrecen servicios de ingeniería y de gestión de la calidad, no existiendo entre ellas ninguna que se dedique a servicios relacionados con la publicidad y estudios de mercado. Según la actividad principal, son en su mayoría empresas de ingeniería y de auditoría-consultoría. Tan sólo el 25% ofrece un único tipo de servicios, mientras que más del 60% ofrece tres o más.

Todas estas empresas poseen más de un establecimiento. El 88% tiene alguno en Sevilla, es decir, tan sólo una de las empresas consideradas no posee algún local en esta provincia. No hay provincia andaluza en la que no exista algún establecimiento de entre todos los que poseen entre todas estas empresas en Andalucía. La segunda provincia por

⁷³ Ya comentamos que cuando la empresa tiene más de un establecimiento, que obviamente es el caso cuando la sede está fuera de Andalucía y el establecimiento entrevistado en Andalucía se corresponde, por tanto, con una delegación, hemos distinguido entre la información referente a la empresa en su conjunto y la información perteneciente al establecimiento en cuestión.

⁷⁴ Esta respuesta está bastante relacionada con la anterior, pues los motivos estratégicos normalmente se refieren a la necesidad de acercarse a los clientes cuando existe una demanda suficiente en una zona que queda alejada físicamente de los establecimientos con que cuenta la empresa.

⁷⁵ Aguas y Estructuras, S.A. (AYESA).

número de establecimientos de estas empresas es Cádiz, seguida de Málaga. En Almería, Córdoba, Huelva y Jaén tan sólo hay un establecimiento de alguna de estas empresas. El 88% de estas empresas tiene más de 10 trabajadores en Andalucía.

El 62'5% dice pertenecer a algún grupo o holding, internacional en el 60% de los casos, el 20% nacional y el otro 20% regional. El 25% declara estar participada por otra empresa, repartidos a partes iguales entre el ámbito regional y el nacional. Una de ellas declara estar participada en el 100% de su capital. Por otro lado, la mitad de ellas dice participar en otras empresas, siendo todas las empresas participadas españolas. Tan sólo una de estas empresas dice no pertenecer a alguna red o asociación. De las que sí pertenecen, tan sólo una es a una red europea.

Únicamente una de estas empresas dice destinar el 100% de sus servicios a un cliente principal, otra declara depender en un 95% de su cliente principal y otra en un 50% de su facturación. El resto dice tener bastante diversificada su cartera de clientes. Por sectores, el 62'5% tiene como cliente a la Administración Pública, el 50% dice tener algún cliente en la Industria Agroalimentaria e igual porcentaje se da para el sector energético. Todas ellas declaran tener algún cliente en Sevilla, el 87'5% dice tener algún cliente en Córdoba, así como en Cádiz, el 75% en Málaga, un 62'5% en Huelva y un 50% en Almería, Granada y Jaén.

En cuanto al tamaño de las empresas clientes, todas ellas dicen tener algún cliente entre las empresas grandes –más de 250 trabajadores-, mientras que menos de la mitad dice trabajar con alguna empresa pequeña, de menos de 10 trabajadores.

Más del 60% indica que los servicios que ofrece son personalizados, y el 12% que combina personalización y estandarización. De todos modos, en estas empresas grandes existe un mayor grado de estandarización en los servicios producidos. De hecho, cuando comentan que éstos son personalizados se refieren a que en su fase final son adaptados a cada cliente, porque en lo esencial, muchos de ellos son bastante estandarizados.

En cuanto a las previsiones de evolución de la demanda de sus servicios, algo más del 60% considera que aumentará, el 25% que se mantendrá, y el resto no sabe. Ninguna ha contestado que piense que vaya a disminuir⁷⁶.

En estas empresas parece que no se utiliza con mucha frecuencia la figura del eventual, aunque los pocos que hay son mayormente mujeres. Un 25% declara utilizar colaboradores para algunos trabajos puntuales. Tampoco se recurre mucho a la contratación a tiempo parcial. Del total de personas trabajando en los establecimientos entrevistados (por tanto nos referimos tan sólo a trabajadores de Andalucía y de esos establecimientos en concreto) el 58% son hombres, porcentaje que se eleva al 100% si consideramos los puestos de dirección, mientras que en administración la situación es prácticamente la opuesta.

Ninguna de estas empresas recibe alguna ayuda de la Administración Pública, considerando todas ellas que no son necesarias para el desarrollo de su actividad. Todas han respondido positivamente a la pregunta de si contemplan planes de expansión para

⁷⁶ Lo que no significa que no lo piense, ya que la respuesta de muchos ha sido: “esperemos que crezca” o “esperemos que al menos no disminuya, si no, ¿qué estamos haciendo?”.

los próximos años, predominando las que optan por abrir nuevos mercados y por ampliar la gama, no habiendo ninguna respuesta positiva para la opción de ofrecer paquetes integrados.

Más del 60% de estas empresas considera que existe una buena coordinación entre oferta y demanda, opinando que si hay problemas es mayormente por parte de la demanda. En cuanto a la oferta, algunas consideran que “deben ser capaces de llegar a los clientes potenciales” y que en algunos casos hay problemas por haber “mucha competencia”. Piensan que el principal problema en la demanda es la desinformación y la falta de concienciación. Concretamente, un empresario comentaba para el caso de sus servicios –relacionados con la informática- que *“podría haber una demanda potencial mayor porque el empresario andaluz no es totalmente consciente del ahorro de costes y los beneficios en eficiencia y productividad que les reportaría invertir en informática”*.

Un 50% dice que ellos ofrecen en respuesta a la demanda, mientras que un 12'5% espera estimularla. El restante 37'5% dice que ofrecen en respuesta a la demanda, pero que también en ciertos casos y para ciertos servicios intentan estimular a ésta.

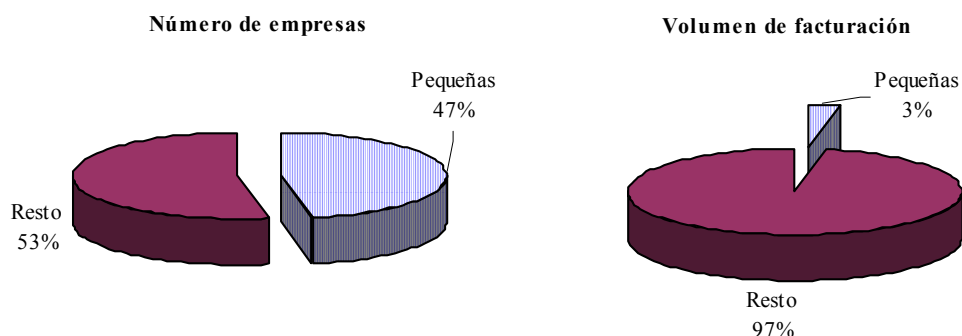
La opinión de estas empresas sobre la “cultura empresarial” en Andalucía es más bien una visión negativa. El 50% piensa que es baja o malísima –la mayoría opinan que baja- y un 37'5% que es mejorable o que es buena. La mayoría piensa que el empresario andaluz no está suficientemente formado y concienciado de lo que es la actividad empresarial. Muchos de ellos, al conocer la realidad de otras regiones españolas, por ser empresas que trabajan en el ámbito nacional, comparan al empresario andaluz con el catalán y el vasco, concluyendo que el andaluz aún se encuentra por debajo de estos casos. Tan sólo hubo uno que comentó que *“no es cierto el tópico de no existir cultura empresarial en Andalucía. Hay jóvenes emprendedores, pero todavía sigue existiendo el gancho de ser funcionario”*. Este último también opina que *“la administración pública, en lugar de facilitar e incentivar, dificulta, debido al exceso de burocracia”*.

El 50% opina que no se demandan todos los servicios que serían necesarios para las empresas, debido principalmente a que se demanda más por obligación que por convencimiento, y a la falta de formación y de información del empresario andaluz. Algunos dicen que *“todavía se pide lo que es legalmente básico y poco más. Esta visión está cambiando pero todavía queda”*. Pero hay quien opina incluso que *“no se demandan siquiera los exigidos legalmente. La cultura empresarial está mejorando, pero todavía quedan algunas empresas que son un desastre”*. Hay quien comenta que *“se suele parchear en lugar de buscar soluciones globales, y cuando se demanda se hace prácticamente en el tramo final”*.

5.3.2- Empresas pequeñas.

Ahora nos vamos a referir a las pequeñas empresas, y dado que en este sector las empresas no suelen tener muchos trabajadores, se pueden considerar como pequeñas las que tienen menos de 10. En esta ocasión el número de estas empresas representa el 47% del total, es decir, casi 6 veces el número de las grandes. No obstante, en este caso representan tan sólo el 3'1% de la facturación, es decir 25 veces menos que la facturación de las grandes. El 70% de las mismas factura menos de 50 millones, y ninguna supera los 500.

Gráfico 5.11: Porcentaje de las pequeñas empresas en número y en volumen de facturación



Fuente: Elaboración propia.

Como era de esperar, la gran mayoría de estas empresas se constituyeron después de 1990, concretamente el 62%. El resto lo hizo en los ochenta, no habiendo ninguna que iniciase su actividad antes de 1980. Si nos fijamos en el año de constitución del establecimiento, en este caso hay poca variación, pues suele coincidir en la mayoría de los casos con la sede central. Pues bien, en este caso el 64% de los mismos lo hicieron en la década de los noventa. Más del 40% responde que el motivo de iniciar su actividad era por motivos personales del empresario –en bastantes casos era porque después de haber obtenido experiencia trabajando por cuenta ajena, decide emprender su propio negocio-. Un número importante de empresarios responde también al motivo de creación de empleo. También consideran importante el hecho de responder a una demanda creciente de estos servicios.

Todas estas empresas tienen su sede en Andalucía. El 32% en Sevilla, seguida de Córdoba y Málaga con el 19% y el 17% respectivamente.

Tabla 5.13: Localización de la sede central.
Porcentajes sobre el total

Ubicación de la sede central	% de empresas
Sevilla	32
Málaga	17
Jaén	6,5
Huelva	2
Granada	6,5
Córdoba	19
Cádiz	2
Almería	15

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las empresas ofrecen servicios del área de Estudios y Proyectos (51%), Mercados y Producción (47% en ambos casos), siendo los servicios de Inversiones y estudios de viabilidad; Ingeniería civil, etc.; Estudios de mercado y Asesoramiento económico-financiero, los que mayormente son ofrecidos por estas pequeñas empresas. Por la actividad principal por ellas declaradas, podemos decir que se trata en su mayoría de empresas de asesoría (fiscal, financiera, en comercio exterior, etc.), empresas dedicadas al diseño gráfico y publicidad y empresas de ingeniería. En este caso el

porcentaje de empresas que ofrece un único tipo de servicios se eleva al 42%, mientras que sólo un 32% ofrece tres o más.

En los motivos por los que inicia su actividad el establecimiento en cuestión, el considerado en primer lugar por más empresas –el 34%– es “en respuesta a una demanda creciente de estos servicios”. Los “motivos personales del empresario” han sido considerados como muy importantes por el 30% de las empresas, e importantes (es decir, elegido como segunda opción por orden de importancia) por el 15%. Algunos de estos empresarios comentaron que ya habían trabajado por cuenta ajena en el sector, y que dado su conocimiento del mismo, habían decidido trabajar por su cuenta. También aparece el motivo de la “creación de empleo”, situado como muy importante en el 19% de los casos. Este motivo se refiere tanto a la necesidad de trabajar la propia persona que crea la empresa, como la de dar trabajo a otras personas, pero, en la mayoría de los casos que se ha dado esta respuesta se referían principalmente al primer caso.

Tabla 5.14: Reparto de los establecimientos de las pequeñas empresas entre las provincias andaluzas.

Provincias	Nº establecimientos	% sobre el total
Sevilla	16	31
Málaga	9	17
Jaén	3	6
Huelva	1	2
Granada	5	10
Córdoba	9	17
Cádiz	1	2
Almería	8	15

Fuente: Elaboración propia.

Tan sólo el 8'5% de las empresas pequeñas posee más de un establecimiento, es decir, que el 91'5% de las mismas sólo posee un establecimiento, coincidiendo por tanto el establecimiento estudiado con la sede central. De las que poseen más de un establecimiento, sólo una de ellas posee tres, y el resto tan sólo dos. El 34% de estas empresas posee algún establecimiento en Sevilla, provincia en que se sitúan 16 de los 52 establecimientos que corresponden a estas pequeñas empresas, es decir, posee el 31% de estos establecimientos. El 19% posee algún local en Córdoba, el 17% en Málaga, el 15% en Almería, el 10% en Granada, el 6% en Jaén, y un 2% en Cádiz, al igual que en Huelva. Ninguna de ellas posee algún establecimiento fuera de Andalucía.

La tendencia a asociarse o agruparse es considerablemente menor en el caso de las empresas pequeñas. Sólo un 8'5% dice pertenecer a algún grupo o holding, que en ningún caso es internacional, y es nacional tan sólo para una cuarta parte de las empresas pertenecientes a grupos, siendo regional en el resto de los casos. El porcentaje de empresas participadas por otras es el 4%, la mitad de ellas por empresa local y la otra mitad por empresa regional. Es decir, ninguna de estas empresas está participada por alguna empresa de fuera de Andalucía. Por otra parte, un 4% dice participar en otras empresas.

A la pregunta de si pertenecen a alguna red o asociación contestaron afirmativamente el 40% de estas empresas, aunque en la mayoría de los casos se referían a las asociaciones profesionales del sector a que pertenecen, como por ejemplo a la Asociación Provincial de Empresarios del Mármol de Almería. Realmente, sólo el 21% pertenece a alguna red.

El 43% de estas empresas ha indicado que depende en parte de su facturación de un cliente principal, dependiendo en más del 50% en el 15% de los casos, aunque ninguna ha declarado depender en el 100% de su volumen de facturación. La gran mayoría ha declarado tener diversificada su cartera de clientes. Por sectores, declaran tener a la Administración Pública como cliente el 58% de las empresas, porcentaje similar a la Industria Agroalimentaria (57%). La mayoría de empresas dice tener como cliente a empresas dentro del sector Servicios, siendo las de servicios bancarios y seguros el sector donde habría menos clientes, y servicios comerciales donde más. En el sector de la Construcción hay un 44% de empresas que dicen tener algún cliente del mismo.

El 60% de estas empresas dicen tener algún cliente en Sevilla, el 53% en Córdoba, algo más del 40% en Granada y en Málaga, y alrededor del 30% en las otras provincias andaluzas. Si comparamos estos menores porcentajes con los que resultaron para las grandes empresas del sector, la explicación está en que la mayoría de las pequeñas empresas, tienen un único establecimiento, como comentamos, y suelen trabajar sólo en la provincia donde están instaladas. Tan sólo un 4% declara tener algún cliente fuera de España.

Por lo que se refiere al tamaño de las empresas clientes, la gran mayoría –más de un 70%- dice que tienen clientes en los tramos de 10 a 50 y de 50 a 250 trabajadores. Realmente, estos suelen ser los tamaños de empresas que más externalizan estos servicios, puesto que las muy pequeñas no utilizan muchos de los servicios considerados, y las más grandes, o los internalizan, o los demandan a empresas de servicios también grandes. De hecho, todas las empresas grandes de SAE decían tener algún cliente que fuera una empresa de más de 250 trabajadores, mientras que de estas pequeñas empresas, tan sólo la mitad dice tener algún cliente que sea una empresa de más de 250 trabajadores, coincidiendo normalmente con ser la Administración Pública.

En el caso de estas pequeñas empresas de Servicios Avanzados, el 84% de los servicios ofrecidos son personalizados y el 6% combina personalización y estandarización. De todos los servicios ofertados por estas pequeñas empresas, ellas piensan que en su mayoría –el 81%- verán aumentar su demanda en los próximos años. El 10% de estos servicios se han incorporado nuevos en los dos últimos años, y de estos nuevos se prevé en todos los casos que su demanda aumentará. En este caso hay un 3% de estos servicios que se piensa que su demanda disminuirá en los próximos años.

El 65% de los trabajadores de los establecimientos de empresas pequeñas entrevistados son hombres, porcentaje que se eleva hasta el 87% si consideramos los puestos de Dirección. Del total de estos trabajadores, un 21% son eventuales, porcentaje que es el mismo para los trabajadores a tiempo parcial. En ambos casos, el 12% son hombres y el 9% mujeres. Pero, si nos fijamos en el porcentaje sobre el trabajador de cada sexo, vemos como los contratos eventuales y a tiempo parcial son más frecuentes en las mujeres, en las que representa el 26% frente al 19% en los hombres. En el caso de las mujeres, un 14% de las contratadas son a la vez eventuales y a tiempo parcial, lo que ocurre para los hombres en el 10%. En este caso, un 49% de estas empresas declara utilizar colaboradores para ciertos trabajos puntuales.

Un 15% de estas empresas declara recibir algún tipo de ayuda de la Administración Pública⁷⁷. Tan sólo un 22% considera que no son necesarias las ayudas públicas para una correcta provisión de los servicios ofrecidos. No todas estas empresas prevén planes de expansión para los próximos años, habiendo contestado afirmativamente el 64%. Los planes más contemplados son los de especializarse en los servicios ofrecidos y abrir nuevos mercados. También algunas consideran importante la ampliación del personal con el que cuentan para desarrollar sus servicios.

El 57% de estas empresas piensa que no existe una buena coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios. La mayoría de estas empresas cree que el problema está fundamentalmente por parte de la demanda, indicándose como principal problema el desconocimiento de muchos de estos servicios o de los beneficios que pueden reportar a su empresa. La falta de una adecuada información es, por tanto, el principal handicap señalado por estas empresas, para conseguir una adecuada fluidez entre oferta y demanda. Se considera que en muchos casos, existe un excesivo sedentarismo por parte de las empresas posibles clientes.

En cuanto a los problemas por parte de la oferta, algunas de estas empresas, principalmente las de ingeniería, han señalado el exceso de oferta en algunos de estos servicios, la alta competencia en precios⁷⁸, incluso se ha señalado la existencia de abusos en algunos casos, que ha llevado a la desconfianza por parte de la oferta. Alguna de estas empresas ha comentado la existencia de una competencia desleal, principalmente por parte de técnicos independientes que son funcionarios de la Administración Pública. Se ha señalado la necesidad de que la Administración Pública vigile y controle más estos y otros casos de competencia desleal, comentando algunas de estas empresas que, en algunos casos, la Administración Pública ayuda a las grandes, en cuyo caso las pequeñas lo tienen aún más difícil.

También se comenta la existencia de solapamientos por falta de coordinación incluso dentro de la propia oferta, dándose casos de que existe demanda y, sin embargo, ésta queda sin cubrir. Asimismo se habla de la necesidad de una coordinación con la Universidad. Se señala la falta de una adecuada información a la demanda, que, en ocasiones, va a parar a las grandes empresas que, en muchos casos, no se adecuan a sus necesidades. Se señala la *“falta de capacidad para acercarse en el lenguaje y en el planteamiento a la realidad de la pequeña empresa”*. En estas empresas se dice en un 32% de los casos que ofertan los servicios esperando estimular la correspondiente demanda, y tan sólo un 36% dice ofrecer exclusivamente en respuesta a la demanda.

De las respuestas sobre la “cultura empresarial” en Andalucía respecto a este tipo de servicios, se obtiene una visión bastante pesimista. El 17% de estas empresas no contestaron a esta pregunta. El 32% opina que ésta es baja, siendo éste el porcentaje más elevado. Si a esto unimos el 17% que opina que es malísima, obtenemos que un 49% de estas empresas, lo que significa un 59% de las que han contestado esta pregunta, piensa que la cultura de los empresarios andaluces en relación con estos servicios es baja o muy mala.

⁷⁷ La mayoría de estas empresas han interpretado como ayudas de la Administración tan sólo las financieras, subvenciones de algún tipo. A algunas le especificamos que también se consideran ayudas el asesoramiento, la información sobre modos de abastecimiento de este tipo de servicios, etc.

⁷⁸ El comentario textual de uno de estos empresarios fue: *“competencia brutal en precios”*

Se piensa que la cultura es débil principalmente en las pequeñas empresas, y éstas son precisamente las dominantes en esta región. Concretamente, un empresario comentaba que la cultura empresarial en Andalucía es “*casi inexistente. En el sector agroindustrial abundan las pequeñas empresas, es un sector muy atomizado, y no han tenido posibilidad de formación, con lo que existe un gran desconocimiento.*” Muchos de ellos comparan nuestra situación con la de otras Comunidades Autónomas españolas, como Madrid, Cataluña o País Vasco, concluyendo que aún existen grandes diferencias. El principal problema argumentado por la mayoría de estas empresas es la falta de información de la mayor parte de los empresarios andaluces.

El 70% de estas empresas piensa que no se demandan todos los servicios que necesitan las empresas, debido principalmente a la falta de información y de formación del empresario. El siguiente motivo por el que no se demandan suficientemente estos servicios es por ahorrar costes. Como dice uno de los entrevistados: “*El sector más representativo de Andalucía son las pequeñas empresas, y éstas no quieren saber nada de nuevos desarrollos ni de formación. No tienen conciencia de la importancia (cualquiera es un empresario) No tienen una cultura empresarial sino que pretenden ir sobreviviendo.*”

También se considera que en muchos casos los empresarios no dan a estos servicios la importancia que realmente tienen. Un empresario nos dijo que “*existe una falta de conciencia de la utilidad de muchos de estos servicios*”. Otro comentaba que “*algunas empresas piensan que lo pueden realizar ellas mismas, más que nada por ahorrar costes*”. Un empresario decía que “*incluso tratan de eludirlos, aunque legalmente cada vez se les exige más, pero muchas veces la Administración Pública cierra los ojos, no existen estructuras de control en temas medioambientales, sólo se dedican a recaudar*”. Otra persona decía que la escasa demanda de estos servicios es “*por una falta de definición clara de los problemas que estas empresas pueden ayudar a resolver, impidiendo al empresario el conocimiento de dichos servicios puntuales. Por la mala imagen de la empresa consultora, poco resolutiva, impersonal, cara y de escasa ...*”. Un 49% de estas empresas piensa que las empresas andaluzas prefieren contratar a empresas de fuera, frente al 36% que piensa que no.

Tabla 5.15: Principales diferencias entre las empresas más grandes y las más pequeñas.

Características	Grandes (>250 trabajadores)	Pequeñas (<10 trabajadores)
Porcentajes sobre el total de empresas		
- Número de empresas	8	47
- Volumen de facturación	74,4	3,1
Porcentajes sobre las empresas de su grupo		
- Inicio actividad antes de 1980	50	0
- Inicio actividad en los 90	12,5	62
- Sede en Andalucía	12,5	100
- Ofrecen un único tipo de servicios	25	42
- Ofrecen tres o más servicios	60	32
- Tienen más de un establecimiento	100	8,5
- Pertenecen a algún grupo	62,5	8,5
Internacional	60	0
- Participada por otra empresa	25	4
- Participa en otras empresas	50	4
- Pertenecer a alguna red o asociación	88,5	40
- Destina el 100% a un cliente ppal	12,5	0
- Admón Pca como cliente	62,5	58
- Ind Agroalim como cliente	50	57
- Servicios personalizados	60	84
- Prevén que la demanda aumentará	60	81
- Hombres en la Dirección	100	87
- Utilizan colaboradores	25	49
- Reciben ayudas de la Admón Pca	0	15
- Contemplan planes de expansión	100	64
- Creen que existe buena coordinación entre oferta y demanda	62,5	43
- Ofrecen en respuesta a la demanda	50	36
- Opinan que la “cultura empresarial” en Andalucía es buena o mejorable	37,5	34
- Opinan que no se demandan todos los servicios necesarios	50	70
Características		
- Principales servicios ofrecidos	Ingeniería y Gestión de calidad	Inv y est de viab; Ingeniería; Est de merc y Ases econ-fcro
- Planes de expansión contemplados	Abrir nuevos mercados y ampliar la gama	Intensificar/especializarse y abrir nuevos mercados

Fuente: Elaboración propia.

5.4- La demanda de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía.

Como hemos comentado al principio, para el estudio de la demanda de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, hemos centrado nuestro estudio en un sector, la “Industria Agroalimentaria”, que además de haber sido situado como el principal cliente, tras la Administración Pública, según la respuesta de las propias empresas oferentes, es uno de los ejes básicos de la especialización productiva de la actividad industrial de esta Comunidad Autónoma durante las tres últimas décadas⁷⁹. Según las TIOAN-95, el complejo agroalimentario⁸⁰ supone en Andalucía el 14’95% del personal empleado, el 11’51% del VAB a precios de mercado, el 43’43% de las exportaciones y el 16’48% de las importaciones.

Para el análisis de la demanda de Servicios Avanzados a las Empresas por parte de la Industria Agroalimentaria andaluza, hemos entrevistado a una muestra de empresas del sector. La muestra, como se explica en la metodología, ha sido seleccionada por muestreo aleatorio a partir del directorio de las empresas pertenecientes a este sector en Andalucía, facilitado por el Instituto de Estadística de Andalucía. Por otro lado, hemos entrevistado a otra muestra de empresas del sector que pertenecen a grandes grupos internacionales. Unas son empresas tradicionales andaluzas, que actualmente pertenecen a algún grupo internacional, pero que siguen manteniendo su estructura de empresa en Andalucía. Otras son empresas de fuera de Andalucía, que poseen alguna filial en la región, pero que tienen su sede fuera de la misma.

Vamos a referir en primer lugar los resultados obtenidos de la primera muestra, y posteriormente comentaremos los de esta segunda muestra, poniendo de relieve las diferencias más significativas. Las principales características de las empresas entrevistadas de la primera muestra son:

Son empresas con una trayectoria ya consolidada. Más del 20% se crearon antes de los sesenta, algo más del 30% se constituyeron entre 1960 y 1980, y tan sólo un 7% iniciaron su actividad en la década de los noventa, y fue a principios de la misma. Por volumen de facturación, la cuarta parte de estas empresas facturan más de 1000 millones de pesetas, mientras que casi un 20% facturan menos de 100 millones. En cuanto al número de trabajadores, el 32% posee entre 10 y 20, mientras que tan sólo un 21% tienen más de 100 trabajadores. El 82% poseen un solo establecimiento. El 70% dice pertenecer a alguna red o asociación, aunque el 35% se refiere a asociaciones profesionales del sector.

Sobre la demanda de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía nos interesa conocer, en primer lugar, cuáles son los servicios que las empresas utilizan, independientemente de cómo sea su provisión. Sería interesante comprobar si el grado de utilización está en relación con el tamaño, organización de la producción, etc., de las empresas clientes, y si depende de algunos otros factores.

⁷⁹ Para un análisis más a fondo de las características de este sector en Andalucía se puede consultar, entre otros, Grupo Área (1999), Delgado y Román (1995), Titos (1995), Rueda (2000) y Coq (2001).

⁸⁰ Se considera que está compuesto por las ramas primarias productivas de alimentos básicos y sus elaborados.

Por otro lado, una cuestión de suma importancia es la relativa al grado de externalización de estos servicios. Intentaremos conocer cuáles son los factores que influyen en la decisión de adquirir estos servicios externamente de empresas especializadas o, por el contrario, realizarlos dentro de la propia empresa. A su vez, para aquellas empresas y aquellos servicios que se ha decidido externalizar, una cuestión de gran interés es ver si las empresas a las que se demandan dichos servicios son de la propia región o son empresas de fuera, incluyendo las que, aunque tengan establecimiento en Andalucía para la prestación de los servicios aquí, el nivel de decisión de las mismas sea externo a Andalucía.

5.4.1- El uso de SAE por las empresas de la Industria Agroalimentaria en Andalucía.

Les hemos preguntado a las empresas de nuestro estudio, cuáles de los servicios que hemos clasificado como SAE los consideran estratégicos desde el punto de vista del funcionamiento de su empresa, y cuáles de ellos usan, ya sea mediante provisión externa, realizándolos ellas mismas, o combinando las dos formas. Del total de servicios considerados, el total de las empresas entrevistadas dicen hacer uso de alguno de estos servicios, pero mientras unas dicen utilizar más de la mitad de los servicios considerados, otras sólo usan un número muy reducido de ellos.

En general, el nivel de utilización de estos servicios por este tipo de empresas no se puede decir que sea muy alto. En un estudio realizado en esta misma Comunidad Autónoma por Cuadrado y Del Río en 1989, obtuvieron porcentajes de uso de más del 80% en la gran mayoría de los servicios considerados. En esa ocasión se consideraron todos los Servicios a las Empresas, incluyendo los operativos, mientras que en este caso estamos considerando los Servicios Avanzados, y se comprueba que su uso es menor – la media de utilización es del 42%- . Otra diferencia es que en aquella ocasión se tomaron en la muestra empresas industriales de más de 20 trabajadores, clasificadas en cinco grupos de actividad, una de las cuales era Industria Agroalimentaria. Nosotros sólo hemos considerado este último grupo, y en nuestra muestra se incluyen empresas de menos de 20 trabajadores.

El nivel de utilización varía según el tipo de servicios, siendo los más usados los del área de Recursos Humanos, algunos del área de Producción: Gestión de la calidad⁸¹ (78'6%), Estudios de costes (57'1%) y Diseño industrial (53'6%), algunos de la de Mercado: Imagen y Publicidad (71'4%), y Diseño gráfico y Estudios de mercado (50% en cada caso); y Asesoramiento económico-financiero (78'6%). También han mostrado unos niveles bastante altos de uso en los servicios de Implantación de sistemas informáticos (82'1%) y Programación informática (71'4%), aunque por las conversaciones mantenidas podemos deducir que en muchos casos se están refiriendo al uso de programas informáticos para la realización de nóminas, contabilidad, etc. Los servicios menos usados son los del área de Estudios y Proyectos, todos con porcentajes de uso por debajo de la media –que se sitúa en el 42%-.

En casi todos los casos, las empresas consideran como estratégicos aquellos mismos servicios que usan. En algún caso, el porcentaje de empresas que consideran un servicio

⁸¹ Este servicio tiene un alto nivel de uso debido a que en muchos casos les viene exigido legalmente a estas empresas.

como estratégico es superior al de empresas que lo usan, es decir, hay alguna empresa que considera que este servicio es estratégico, aunque no lo use. Este es el caso de los servicios de Formación, Estudio de costes, Asesoramiento en I+D, todos los del área de Mercado⁸², Programación informática, Implantación de sistemas telemáticos, e Inversiones y estudios de viabilidad.

Tabla 5.16: Grado de uso y consideración como estratégicos de los SAE.
(Porcentajes de empresas)

	Estratégicos	Usan
Selección y Evaluación	60,7	60,7
Formación	85,7	71,4
Métodos y tiempos	35,7	35,7
Estudio de costes	60,7	57,1
Diseño industrial	53,6	53,6
Ingeniería de bienes de equipo	32,1	32,1
Gestión de la calidad	78,6	78,6
Asesoramiento en I+D	39,3	32,1
Imagen y publicidad	78,6	71,4
Diseño gráfico	53,6	50,0
Estudios de mercado	64,3	50,0
Asesoramiento en comercio exterior	32,1	25,0
Asesoramiento en logística	7,1	3,6
Organización de empresas	32,1	32,1
Asesoramiento económico-financiero	71,4	78,6
Control de gestión	42,9	42,9
Planificación estratégica	28,6	28,6
Implantación de sistemas informáticos	82,1	82,1
Programación informática	75,0	71,4
Implantación de sistemas telemáticos	32,1	28,6
Centro de cálculo y base de datos	17,9	17,9
Consultoría territorial y urbana	17,9	17,9
Localización de plantas	17,9	17,9
Evaluación/corrección de impacto ambiental	32,1	32,1
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	21,4	25,0
Inversiones y estudios de viabilidad	25,0	21,4
Estudios socio-económicos.	14,3	14,3

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los servicios de Selección y Evaluación, en la mayoría de empresas entrevistadas la selección del personal fijo la realiza el director, y para el personal eventual, la mayor parte de los casos son fijos discontinuos, dado el carácter estacional de muchas de las actividades de estas empresas, y son contratados directamente, usando la información del “boca a boca”, pues la mayoría de estas empresas están en pequeñas localidades en las que todos se conocen. Las empresas que no han indicado el uso de este servicio, suelen ser pequeñas y de carácter familiar, con lo que realmente no existe selección de personal, sino que trabajan los miembros de la familia o algún conocido.

Por lo que se refiere a la Formación, lo más frecuente es la formación interna en el puesto de trabajo. En los casos en que el personal realiza cursos, que son los menos,

⁸² En el caso de los servicios del área de Mercado (Imagen y Publicidad, etc.), hay empresas que los consideran estratégicos, aunque, por motivos de coste principalmente, no los usen.

éstos suelen ser a través del FORCEM, coincidiendo estos casos con las empresas más grandes –como Martínez Barragán, S.A.-.

Muchas de las empresas entrevistadas, al tener una producción muy específica, que cuenta con un mercado muy definido, no ven la necesidad de utilizar servicios de Publicidad, Estudios de Mercado, etc. Es el caso, por ejemplo, de algunas empresas de conservas de pescado que tienen una producción pequeña y de temporada, o de algunas empresas productoras de aceite que, sobre todo en el caso de las pequeñas, no se preocupan de la colocación de su producto en el mercado, pues venden su producción a grandes, o la tienen comprometida a través de la cooperativa.

Sí se observa una diferencia considerable entre aquellas empresas, que aún teniendo importantes volúmenes de facturación y un número elevado de trabajadores en las épocas fuertes, mantienen una estructura de trabajadores fijos pequeña, de aquéllas que mantienen un número medio de personal fijo. Estas últimas tienen que mantener una estructura determinada durante todo el tiempo, mientras las primeras, funcionan como empresas familiares y muy pequeñas, aunque tengan épocas con un número elevado de trabajadores.

Generalmente el tamaño y características de las empresas influyen en el uso de los Servicios a las Empresas. Por un lado, las grandes han podido crear una división del trabajo, especialización y estrategias multiproducto y multilocalizadas vinculadas al uso de Servicios a Empresas (Martinelli, 1991a). A su vez, tienden a producirlos en su interior, teniendo secciones o departamentos para estas funciones. Por otro, las pequeñas han hecho menos uso de Servicios Avanzados, utilizando fundamentalmente los que son de obligado uso para el desarrollo de su actividad, que tienden a subcontratar.

La mayoría de los trabajos empíricos sobre Servicios a Empresas consideran la relación entre tamaño y utilización. Así, por ejemplo, Illeris (1989), a partir de una recopilación de estudios en Europa, concluye que las grandes empresas usan más servicios que las pequeñas. O'Farrell, Moffat y Hitchens (1993) también concluyen que las empresas que usan más servicios son las grandes, las que tienen un departamento de marketing y las que más exportan. Por su parte, para el caso español, Mañas (1992) dice que el tamaño es la variable que más influye en el grado de utilización de servicios, en el sentido de que las grandes demandan más que las medianas y pequeñas, aunque el tamaño incide poco en el caso de los servicios de obligado cumplimiento.

Según los datos procedentes de la *Encuesta sobre Estrategias Empresariales*, los porcentajes de las entidades que usan Servicios Avanzados a las Empresas varían en función de que sean empresas de capital extranjero o nacional, dependiendo de la presencia de la empresa en los mercados internacionales, el sector de actividad al que ésta pertenezca y el tamaño de la misma.

El carácter de la empresa influye en el uso de estos servicios. Según Illeris (1989), las sedes independientes tienden a utilizar servicios en la misma medida que las filiales de grandes empresas. Sin embargo esto no sucede así en el caso de las regiones menos desarrolladas. Según Martinelli (1991a), las empresas pequeñas del Mezzogiorno italiano usan menos servicios que las filiales de las estructuras corporativas, las cuales, a su vez, muestran también un empleo de servicios más diversificado y avanzado, al importar la mitad de fuera de la región. Para el caso español, Mañas (1992) destaca que

las empresas situadas en las grandes áreas industriales son las que usan más estos servicios respecto a las que están fuera de esas áreas.

Teniendo en cuenta el tamaño, hemos dividido nuestra muestra en dos. Por un lado están las pequeñas empresas, familiares en su mayoría, que cuentan con menos de 50 trabajadores –muchas de ellas con menos de 20-, y facturan menos de 500 millones. Por otro, las empresas medianas, con más de 50 trabajadores –aunque en algunos casos, estas empresas tienen unas plantillas más elevadas debido a que cuentan con un número importante de eventuales en las épocas punta de su actividad –caso de muchas de las empresas del sector del aceite-.

Tabla 5.17: Porcentajes de utilización de SAE según el tamaño de las empresas.

	Tamaño de las empresas	
	Medianas	Pequeñas
Selección y Evaluación	75,0	50,0
Formación	91,7	56,3
Métodos y tiempos	50,0	25,0
Estudio de costes	66,7	50,0
Diseño industrial	83,3	31,3
Ingeniería de bienes de equipo	50,0	18,8
Gestión de la calidad	91,7	68,8
Asesoramiento en I+D	50,0	18,8
Imagen y publicidad	91,7	56,3
Diseño gráfico	66,7	31,3
Estudios de mercado	75,0	31,3
Asesoramiento en comercio exterior	25,0	18,8
Asesoramiento en logística	8,3	0
Organización de empresas	50,0	18,8
Asesoramiento económico-financiero	75,0	87,5
Control de gestión	66,7	25,0
Planificación estratégica	58,3	6,3
Implantación de sistemas informáticos	91,7	75,0
Programación informática	91,7	56,3
Implantación de sistemas telemáticos	50,0	6,3
Centro de cálculo y base de datos	41,7	0
Consultoría territorial y urbana	41,7	0
Localización de plantas	41,7	0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	66,7	6,3
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	50,0	6,3
Inversiones y estudios de viabilidad	50,0	0
Estudios socio-económicos.	33,3	0

Fuente: Elaboración propia.

Se puede apreciar una diferencia significativa en el uso de estos servicios según el tamaño de las empresas, de manera, que en todos ellos –excepto en Asesoramiento económico-financiero- las pequeñas tienen un uso notablemente inferior. Para el total de empresas, la media de utilización se situaba en un 42%, la cual es superada en la empresas medias para casi todos los servicios (están significativamente por debajo los de Asesoramiento en logística, Asesoramiento en comercio exterior y Estudios socioeconómicos). En el caso de las pequeñas empresas, tan sólo ocho de los veintisiete servicios considerados, superan el porcentaje medio de uso. Destaca en este caso el elevado uso de los servicios de Asesoramiento económico-financiero, que supera a las empresas de mayor tamaño. Seguidamente están los servicios de Implantación

informática, aunque el elevado uso que dicen hacer las empresas pequeñas de este servicio, se debe en parte a que, en algunos casos, ellos han considerado como uso de un Servicio Avanzado el hecho de poseer ordenadores.

Uno de los argumentos utilizado, tanto por las empresas oferentes como por las demandantes de estos servicios, a la hora de explicar el bajo nivel de demanda de estos servicios por las empresas andaluzas⁸³ es el de la falta de información⁸⁴. Las empresas demandantes de servicios necesitan conocer qué beneficios les reporta el uso de estos servicios y cuál es la mejor forma de contratarlos. Es decir, una contestación a ciertas cuestiones como: ¿cuándo o por qué conviene externalizar servicios?, ¿cuáles son las ventajas e inconvenientes de las grandes empresas oferentes de servicios frente a las medianas o pequeñas?, ¿qué tipos de servicios pueden contratarse conjuntamente a un mismo oferente?, etc.

Hay que tener en cuenta que los servicios conllevan un riesgo implícito a su naturaleza⁸⁵, y éste es la incertidumbre asociada a una acción coproductiva en la que los objetivos e instrumentos pueden alterarse ante cualquier cambio externo. En la mayoría de los casos un servicio no es susceptible de reparación. En todo caso, la reparación consistiría en la realización de nuevo del servicio, con lo cual cambiaría su naturaleza. Por ejemplo, si un estudio de costes ha producido unos resultados erróneos, el servicio en sí no es reparable, lo que sí puede hacerse es otro estudio en el que se tengan en cuenta factores antes no valorados, por ejemplo. Pero esto implica un nuevo estudio cuya naturaleza variará del anterior. Dado que todo servicio conlleva este riesgo, la máxima o “mejor” información al demandante se hace necesaria para no aumentar aún más esta incertidumbre, y para que el cliente asuma el mínimo riesgo inevitable.

5.4.2- La decisión entre internalizar y externalizar el servicio⁸⁶.

Según los datos de la encuesta realizada a escala nacional en el estudio de Martínez, Rubiera y otros (2002), no es posible obtener una clara relación entre el nivel de desarrollo y el grado de consumos externos, ya que hay varios casos de regiones con un nivel de desarrollo por encima de la media, que presentan bajos niveles de externalización (por ejemplo, Comunidad Valenciana), al tiempo que otras menos desarrolladas que la media externalizan por encima de la media nacional (caso de Castilla-León).

⁸³ Nos referimos a la respuesta a la pregunta de si las empresas demandan los servicios necesarios para el buen funcionamiento de su actividad.

⁸⁴ La falta de información se entiende en un primer momento como un problema de escasa o ninguna información sobre determinados aspectos relacionados con el uso de estos servicios, aunque también algún empresario ha criticado precisamente el “exceso” de información en ciertos casos, cuando ésta no está bien canalizada y llega desde distintos ámbitos al empresario que se ve incapaz de procesarla adecuadamente.

⁸⁵ La naturaleza dual de los Servicios a Empresas que comporta una serie de tensiones –entre repetición y personalización, entre lo bipolar y lo multipolar, entre el seguro y el riesgo, etc.- ha sido analizada por Rubalcaba (1996, 2001).

⁸⁶ Como dice Rubalcaba (2001): “*Todas las empresas modernas son conscientes de que no pueden hacerlo todo independientemente. La necesidad de subcontratar bienes y servicios está ligada a los procesos de especialización económica que conducen a aumentos de la productividad y al crecimiento económico*”.

La decisión de producir los servicios dentro de la empresa o contratarlos a empresas especializadas, estará influida por una serie de factores relacionados con la estructura y tamaño de la empresa, tipo de servicio, etc. Se alude a favor de la externalización la reducción de costes (por la conversión de costes fijos en variables), el deseo de obtener una mejor calidad en la prestación del servicio (al ser realizados por empresas especializadas en su prestación), el permitir a la empresa centrarse en su actividad o actividades centrales, etc.

Si consideramos el total de servicios que las empresas entrevistadas dicen usar, el 40'2% de los mismos son realizados dentro de la empresa usuaria, el 39'6% son adquiridos de empresas especializadas en su prestación, y el 20'2% restante combina externalización e internalización, es decir, son producidos parcialmente dentro de la empresa y una parte es adquirida del exterior⁸⁷.

De las empresas entrevistadas, un 7% adquieren todos sus servicios de empresas externas y otro 7% los realizan totalmente en su interior. El resto, externalizan unos y realizan internamente otros, o incluso hay servicios que son parcialmente externalizados y otra parte realizados dentro de la empresa. Un 43% de estas empresas tiene internalizado un 50% o más de los servicios que usan, mientras que un 36% externaliza el 50% ó más de estos servicios⁸⁸.

La poca externalización existente en estos servicios se debe, por un lado al escaso uso de los mismos, por otro, a la propia inercia. Un empresario nos comentó, que si toda la vida habían tenido personas en la empresa encargadas del análisis de costes, organización y mejora de la productividad, planificación financiera, etc., ahora no pueden prescindir de estas personas que, además, en muchos casos es el propio empresario.

La mayor o menor externalización de servicios depende del tamaño de las empresas, así como del tipo de servicio. En un trabajo realizado por Barcet y Bonamy (1983) se mostraba que la demanda de servicios a empresas externas variaba enormemente según el tipo de servicio al que se hiciera referencia. En el estudio de Peat Marwick (1988) se ponía de manifiesto que los servicios que más se externalizaban eran los operacionales, ingeniería, los servicios jurídicos y publicidad, y los que menos relaciones públicas e I+D. Según Illeris (1989) existe más subcontratación en publicidad, seguros, asesoría fiscal y transportes que en diseño, marketing, organización, personal e I+D.

Según nuestro estudio realizado para la Industria Agroalimentaria andaluza, los servicios que más se externalizan en nuestra Comunidad⁸⁹ son los del área de Estudios y Proyectos, todos con porcentajes del 50% en adelante, destacando los de

⁸⁷ Según la *Encuesta de Servicios a la Industria* (ESI) el porcentaje de externalización medio de las empresas españolas es del 49'8%. En el estudio realizado para las empresas de Asturias por Martínez, Rubiera y Otros (2002), las empresas asturianas externalizan en torno al 53'3%.

⁸⁸ En estos últimos porcentajes de empresas que internalizan o externalizan el 50% ó más de sus servicios, están incluidos el 7% de las que internalizan todo y el 7% de las que externalizan el total en cada caso.

⁸⁹ Según la ESI las actividades más externalizadas en España son las de Publicidad (71'6%) y las de Informática y Nuevas Tecnologías (60'8%). Las menos externalizadas son las Ingenierías (sólo externalizan el 37'2%).

Evaluación/corrección de impacto ambiental (89%) e Ingeniería civil e industrial (85,7%). También son altos los niveles de externalización de algunos servicios informáticos, como los de Implantación de sistemas informáticos (74%) y Programación informática (65%). Los servicios del área de Mercados, exceptuando Asesoramiento en Logística⁹⁰, tienen todos índices de externalización del 50% ó más, destacando Asesoramiento en Comercio Exterior con un 71'4%.

En el otro extremo, los servicios que, según las empresas, se realizan en su mayor parte dentro de la empresa son principalmente los del área de Producción, todos con índices superiores al 60%, destacando Estudios de costes (94%). Asimismo, presentan altos índices de internalización los servicios de Selección y evaluación de personal⁹¹ (76'4%), Planificación estratégica (62'6%) y Control de gestión (50%).

Tabla 5.18: La externalización de SAE en Andalucía según tipo de servicio.
(Porcentajes sobre el total)

	Origen del servicio		
	Puramente externo	Puramente interno	Externo e interno
Selección y Evaluación	0	76,4	23,6
Formación	50,0	15,0	35,0
Métodos y tiempos	0	90,0	10,0
Estudio de costes	0	94,0	6,0
Diseño industrial	13,4	66,6	20,0
Ingeniería de bienes de equipo	0	89,0	11,0
Gestión de la calidad	18,2	68,2	13,6
Asesoramiento en I+D	11,0	78,0	11,0
Imagen y publicidad	50,0	30,0	20,0
Diseño gráfico	57,0	36,0	7,0
Estudios de mercado	57,0	29,0	14,0
Asesoramiento en comercio exterior	71,4	14,3	14,3
Asesoramiento en logística	0	100	0
Organización de empresas	22,1	33,3	44,6
Asesoramiento económico-financiero	36,4	31,8	31,8
Control de gestión	17,0	50,0	33,0
Planificación estratégica	12,6	62,6	24,8
Implantación de sistemas informáticos	74,0	13,0	13,0
Programación informática	65,0	15,0	20,0
Implantación de sistemas telemáticos	37,5	25,0	37,5
Centro de cálculo y base de datos	20,0	20,0	60,0
Consultoría territorial y urbana	80,0	0	20,0
Localización de plantas	80,0	0	20,0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	89,0	0	11,0
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	58,7	0	14,3
Inversiones y estudios de viabilidad	50,0	17,0	33,0
Estudios socio-económicos.	50,0	0	50,0

Fuente: Elaboración propia.

⁹⁰ Los servicios de Asesoramiento en logística aparecen como totalmente internalizados. Es conveniente tener en cuenta que este tipo de servicios es el menos usado de los referidos en nuestro estudio. De hecho, tan sólo una empresa ha manifestado hacer uso del mismo, y dijo hacerlo internamente, por eso no aparece ningún nivel de externalización en este servicio.

⁹¹ Principalmente en las empresas pequeñas, nos comentaron que la selección la suele hacer directamente el director, y en las grandes, aunque contraten a alguna empresa de selección, la decisión final también la realiza el director de la empresa.

Barcet y Bonamy (1983) establecieron la teoría de que, en general, salvo las variaciones particulares, la subcontratación tiene forma de U invertida según el tamaño empresarial: aumenta con el tamaño de la empresa, se estabiliza y luego disminuye. Esto significa que la demanda de servicios requiere una cierta diferenciación de funciones dentro del cliente, lo que implica que entre la provisión del servicio dentro de la empresa y la demanda de servicios a empresas existe complementariedad: las empresas muy grandes –con departamentos propios- o las muy pequeñas –sin diferenciación de actividades- son las que menos subcontratan.

Esta teoría ha sido confirmada, por ejemplo, con los datos del estudio comunitario de Peat Marwick (1988), según el cual las empresas medianas –de 50 a 500 personas- son las que más contratan servicios externos, y las pequeñas las que más recurren a la prestación interna (un 44%). Illeris (1989) llega a una conclusión similar. En España, según Mañas (1992) el tamaño es la variable que más influye en la externalización, cumpliéndose que son las medianas las que más externalizan. Zurbano (1996) también concluye para las empresas del País Vasco, que son las de tamaño mediano –entre 20 y 99 empleados- las de mayor tendencia a la contratación externa, debido a que pueden obtener ventajas como consecuencia de la especialización en su actividad principal, y a que no tienen el suficiente tamaño para interiorizar la realización de servicios.

Tabla 5.19: La externalización de SAE en Andalucía según el tamaño de las empresas y el tipo de servicio. (Porcentajes sobre el total)

	Origen del servicio					
	Puramente externo		Puramente interno		Externo e interno	
	Medianas	Pequeñas	Medianas	Pequeñas	Medianas	Pequeñas
Selección y Evaluación	0	0	55,0	100	45,0	0
Formación	45,0	55,6	0	33,3	55,0	11,1
Métodos y tiempos	0	0	83,0	100	17,0	0
Estudio de costes	0	0	87,5	100	12,5	0
Diseño industrial	20,0	0	50,0	100	30,0	0
Ingeniería de bienes de equipo	0	0	83,0	100	17,0	0
Gestión de la calidad	0	36,4	73,0	63,6	27,0	0
Asesoramiento en I+D	17,0	0	66,0	100	17,0	0
Imagen y publicidad	54,5	44,0	9,1	56,0	36,4	0
Diseño gráfico	50,0	67,0	37,5	33,0	12,5	0
Estudios de mercado	55,6	60,0	22,2	40,0	22,2	0
Asesoramiento en comercio exterior	75,0	67,0	0	33,0	25,0	0
Asesoramiento en logística	0	-	100	-	-	-
Organización de empresas	17,0	33,0	33,0	33,0	50,0	33,0
Asesoramiento económico-financiero	33,3	38,0	33,3	31,0	33,3	31,0
Control de gestión	12,5	25,0	50,0	50,0	37,5	25,0
Planificación estratégica	14,3	0	71,4	0	14,3	100
Implantación de sistemas informáticos	54,5	92,0	18,2	8,0	27,3	0
Programación informática	45,5	89,0	18,2	11,0	36,3	0
Implantación de sistemas telemáticos	33,3	50,0	16,7	50,0	50,0	0
Centro de cálculo y base de datos	20,0	-	20,0	-	60,0	-
Consultoría territorial y urbana	80,0	-	0	-	20,0	-
Localización de plantas	80,0	-	0	-	20,0	-
Evaluación/corrección de impacto ambiental	87,5	100	0	0	12,5	0
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	83,3	100	0	0	16,7	0
Inversiones y estudios de viabilidad	50,0	-	16,7	-	33,3	-
Estudios socio-económicos.	50,0	-	0	-	50,0	-

Fuente: Elaboración propia.

En nuestro estudio, teniendo en cuenta el tamaño, en general las empresas medianas externalizan un 36'2% de estos servicios, realizan internamente un 33'7% y combinan la realización interna con la adquisición a empresas especializadas en el restante 30'1%. Es decir, parece que aunque muy tímidamente predomine la externalización, están bastante igualadas las distintas opciones. Se confirma, por tanto, el bajo recurso a la externalización comentado anteriormente, puesto que las empresas medianas, que son las que más externalizan, lo hacen a un nivel más bien escaso.

Sin embargo, en las pequeñas predomina la internalización⁹², utilizada en algo más de la mitad del total de servicios considerados, frente a la adquisición externa para el 45% de los casos. En esta ocasión apenas se combina entre externalización e internalización, sólo empleada en un 4%. Considerando el tipo de servicio, las opciones entre realizar internamente el servicio o adquirirlo de proveedores externos, según el tamaño de las empresas demandantes, vienen recogidas en la tabla anterior. Muchos de los servicios considerados, en el caso de las empresas pequeñas son realizados totalmente dentro de la empresa⁹³ –Selección y evaluación, todos los del área de Producción, excepto Gestión de la calidad-.

A continuación vamos a analizar los motivos que llevan a estas empresas a optar por la provisión interna de estos servicios, o a adquirirlos externamente de empresas u otro tipo de suministradores de los mismos.

5.4.3- Motivos principales por los que se decide externalizar o internalizar.

En general la decisión entre producir los servicios dentro de la empresa o adquirirlos de empresas especializadas en su producción, no es una tarea sencilla, sino que conlleva tener en cuenta numerosos factores que influyen en cada caso a favor de una u otra opción. A veces, el mismo motivo puede inclinar la balanza en unos casos a favor de una opción y en otros a favor de la contraria.

Unas veces son motivos relacionados con el **coste**⁹⁴ de estos servicios los que inducen a producirlos internamente –cuando se considera excesivo el precio que hay que pagar a una empresa externa por un servicio que se considera la empresa, hasta cierto punto, capaz de realizarlo internamente a un menor coste. Este motivo ha sido considerado como “muy importante” en el 25% de las empresas, y “nada importante” por el 68%. Otras veces resulta más costoso producirlo internamente, por no contar con los medios

⁹² Prima el uso interno, principalmente por no tener estas empresas los medios necesarios para poder adquirir los servicios de empresas externas.

⁹³ Habría que comentar que parte de los servicios que estas empresas dicen utilizar internamente, puede ser por una inadecuada interpretación de la pregunta. Por ejemplo, no tiene mucho sentido que el Asesoramiento en I+D sea puramente interno, cuando, como su nombre indica, el asesoramiento, suele ser externo. Esto puede significar que no se ha interpretado bien qué significa este tipo de servicio, y que realmente no se haga uso de él en estas empresas, y que lo que ellas utilizan internamente es otro tipo de servicio. Esto sucede también en las otras empresas, por ejemplo en el caso de Asesoramiento en logística.

⁹⁴ Que los costes no hayan sido considerados “muy importantes” a la hora de internalizar o externalizar un servicio, no significa que no sea un factor considerado por las empresas, sino que no es un factor restrictivo sino simplemente limitante, de modo que a pesar de que sí es tenido en cuenta, priman más los otros motivos.

adecuados para ello, recurriéndose a la provisión externa. Por ejemplo, si son servicios de uso no continuado, resulta más rentable contratar a una empresa externa⁹⁵ para una provisión puntual, que dedicar personal a una función que no va a requerir un uso prolongado. El coste como motivo a favor de la contratación externa ha sido considerado como “nada importante” por el 86% de las empresas de nuestro estudio, y tan sólo un 7% los ha considerado “muy importante”. En otros estudios –Zurbano (1996)- se ha puesto de manifiesto que este motivo es aludido principalmente por las empresas que deciden realizar internamente estos servicios.

Otro motivo que influye en la decisión es la **calidad** del servicio. Generalmente se piensa que si el servicio es prestado por una empresa especializada en su realización, dicho servicio será de mayor calidad, entre otras causas gracias a la “*expertise*” adquirida. La calidad se ha considerado como “muy importante” para externalizar el servicio por el 36% de las empresas, y como “importante” por el 25%. Otras empresas piensan, en cambio, que ellas conocen mejor las necesidades de la empresa para determinados servicios, y que, por lo tanto, están mejor capacitadas para realizarlos que una empresa externa, que puede estar muy especializada en la prestación del servicio, pero que no conoce a fondo las necesidades de su empresa. Esta es la opinión manifestada por casi un 60% de estas empresas a favor de la realización interna de algunos de los servicios que usan.

Calidad y costes han sido los dos motivos más nombrados en los diferentes estudios realizados sobre el tema. Sin embargo, existen algunos más, de los que nosotros hemos considerado aquéllos que las propias empresas nos han comentado. Así, por ejemplo, como motivo que induce a la empresa a internalizar estos servicios, algunas empresas se han referido a “**motivos estratégicos**”, refiriéndose, por ejemplo, al hecho de contar tradicionalmente con personas que se han encargado siempre de la realización de algunos de estos servicios, como Estudios de costes, Diseño industrial, Estudios de mercado, etc., y que ahora no pueden prescindir de ellas. También se alude a “motivos estratégicos” en el caso de la Selección del personal, porque, principalmente en las empresas más pequeñas, se piensa que es el propio empresario el que mejor conoce qué persona le interesa contratar. Los motivos estratégicos a la hora de decidir realizar internamente un servicio, sólo ha sido considerado “muy importante” por el 11% de estas empresas. Algunas –un 11%, y considerándolo como un factor secundario- han aludido al hecho de no querer que empresas externas se inmiscuyan en sus asuntos.

Otro motivo aludido a favor de la externalización ha sido el ser servicios que las empresas **no se consideran capaces de realizar ellas mismas** –“muy importante” para el 39%- . El hecho de considerar que es mejor externalizar para que la empresa pueda **dedicarse plenamente a las funciones propias de su actividad principal**, sólo ha sido considerado “muy importante” por el 4%, y “nada importante” para el 79%.

Hemos visto anteriormente que el tamaño de la empresa demandante influía en la decisión de internalizar o externalizar estos servicios. También influyen en diversa medida en los factores a tener en cuenta a la hora de tomar la decisión (Tabla 5.20). Así, por ejemplo, a la hora de justificar la realización interna de ciertos servicios son más las

⁹⁵ Esta empresa externa, como tendrá más clientes, podrá aprovechar las posibles economías de escala que le pueda permitir la realización continuada de un servicio, que, aunque muchas veces debe adaptarse a las necesidades de cada cliente, en lo esencial tiene una parte común, aunque sea la experiencia derivada de su prestación reiterada.

empresas de tamaño medio que consideran muy importante el motivo relacionado con los costes, mientras que son más las pequeñas que piensan que es porque lo pueden realizar mejor dentro de la empresa.

Tabla 5.20: Factores en la decisión de internalizar o externalizar algunos servicios, según el tamaño de las empresas demandantes⁹⁶

Motivos por los que se decide internalizar o externalizar		Medianas	Pequeñas
Servicios internalizados			
Costes	Muy importante	42%	12%
	Importante	0	13%
	Nada importante	58%	75%
Motivos estratégicos	Muy importante	8%	13%
	Importante	9%	6%
	Nada importante	83%	81%
Se realizan mejor internamente	Muy importante	50%	63%
	Importante	17%	6%
	Nada importante	33%	31%
Servicios externalizados			
Costes	Muy importante	0	13%
	Importante	17%	0
	Nada importante	83%	87%
Calidad	Muy importante	58%	19%
	Importante	34%	19%
	Nada importante	8%	62%
No pueden internamente	Muy importante	25%	50%
	Importante	8%	25%
	Nada importante	67%	25%
Dedicación a actividad principal	Muy importante	10%	6%
	Importante	32%	0
	Nada importante	58%	94%

Fuente: Elaboración propia.

Esto último enlaza con los comentarios que transcribimos anteriormente de algunos empresarios del sector de Servicios Avanzados, que comentaban que la escasa demanda de estos servicios, que ellos acusaban en Andalucía, se debía en parte a la creencia por parte de algunos empresarios andaluces, principalmente de las empresas pequeñas, de que ellos son capaces de realizar por sí mismos estos servicios. A su vez, algún empresario de las empresas demandantes comentaba que *“para que me hagan un proyecto muy bonito, con unos programas de ordenador muy sofisticados, pero que en el fondo me vienen a decir lo que yo ya sé, no hace falta que me gaste tanto dinero. Ese dinero lo puedo invertir en otras cosas más rentables”*. Como vemos son dos visiones bien distintas, de cada una de las cuales se pueden extraer distintas conclusiones.

Por una parte, puede ser cierto que exista una falta de concienciación de la importancia de estos servicios para mejorar muchas cuestiones dentro de una empresa: su imagen externa, eficacia en su producción y venta, etc. Pero, también puede que por parte de la oferta no se sea, a veces, lo suficientemente profesional, y esto dañe la imagen del

⁹⁶ Les preguntamos a las empresas, por una parte para los servicios que realizaban internamente y, por otra, para los que adquirirían de empresas externas, qué factores habían sido “muy importantes”, “importantes” o “nada importantes” en su decisión.

sector. Tanto para un caso como para el otro, lo cierto es que se necesita, como han demandado las propias personas que trabajan en el sector, una mayor formación e información tanto a la oferta como a la demanda.

5.4.4- Tipo de proveedores para los servicios adquiridos externamente.

Les hemos preguntado a las empresas a qué tipo de proveedor acuden en el caso de aquellos servicios que son adquiridos externamente, sea totalmente o en parte⁹⁷. La gran mayoría acude a empresas de servicios especializadas en su prestación, pero, dependiendo del tipo de servicio, hay algunos casos en que se demandan servicios de Asociaciones profesionales, Entes públicos, Profesionales libres o Cámara de comercio. Es el caso, por ejemplo, de los servicios de Formación, que en la mayor parte de los casos se acude a los cursos subvencionados del INEM, los cursos del FORCEM, etc. También en este caso, las propias asociaciones profesionales del sector organizan cursos de formación para el personal. Los servicios del área de Gestión son prestados en algunos casos por profesionales libres. La Cámara de Comercio ofrece algunos servicios, destacando, según las empresas demandantes, los de Asesoramiento en Comercio Exterior, Asesoramiento económico-financiero, Planificación estratégica, y Evaluación y Corrección de impacto ambiental.

Tabla 5.21: Tipo de proveedores por tipos de servicios (porcentajes)

	Empresa de servicios	Asociaciones profesionales	Entes públicos	Profesionales libres	Cámara de Comercio
Selección y Evaluación	100	0	0	0	0
Formación	31	19	50	0	0
Métodos y tiempos	100	0	0	0	0
Estudio de costes	100	0	0	0	0
Diseño industrial	100	0	0	0	0
Ingeniería de bienes de equipo	-	-	-	-	-
Gestión de la calidad	100	0	0	0	0
Asesoramiento en I+D	100	0	0	0	0
Imagen y publicidad	87	0	0	13	0
Diseño gráfico	100	0	0	0	0
Estudios de mercado	90	10	0	0	0
Asesoramiento en comercio exterior	84	0	0	0	16
Asesoramiento en logística	-	-	-	-	-
Organización de empresas	67	0	0	33	0
Asesoramiento económico-financiero	67	0	0	26	7
Control de gestión	67	0	0	33	0
Planificación estratégica	67	0	0	0	33
Implantación de sistemas informáticos	75	5	0	20	0
Programación informática	82	6	0	12	0
Implantación de sistemas telemáticos	100	0	0	0	0
Centro de cálculo y base de datos	100	0	0	0	0
Consultoría territorial y urbana	100	0	0	0	0
Localización de plantas	100	0	0	0	0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	89	0	0	0	11
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	100	0	0	0	0
Inversiones y estudios de viabilidad	100	0	0	0	0
Estudios socio-económicos.	100	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

⁹⁷ Recordemos que algunos servicios son en parte realizados internamente y en parte adquiridos del exterior.

Según el tamaño de las empresas demandantes hay algunas diferencias en el tipo de proveedor para estos servicios. Así, en los servicios de Imagen y publicidad, todas las empresas medianas entrevistadas dicen acudir a empresas de servicios, mientras que son las pequeñas las que acuden en un 40% de los casos a profesionales libres. Algo parecido sucede con los servicios de Asesoramiento económico-financiero (son las pequeñas las que acuden en un 44% de los casos a Profesionales libres y a la Cámara de Comercio en el 11%), Implantación de sistemas informáticos y Programación informática (el 9% de las pequeñas demandan a Asociaciones profesionales para los primeros y el 13% para los segundos, y el 36% y 25% respectivamente a Profesionales libres).

En los servicios de Estudios de mercado y Asesoramiento en comercio exterior, son las pequeñas las que sólo acuden a empresas de servicios, y las medianas el 14% demanda a Asociaciones profesionales para los Estudios de mercado, y el 25% a la Cámara de Comercio para el Asesoramiento en comercio exterior. Los casos más extremos son los de Organización de empresas, Control de gestión y Planificación estratégica, para los que todas las empresas medianas dicen demandar a empresas de servicios, mientras todas las pequeñas lo hacen a profesionales libres en los dos primeros tipos de servicios, y a la Cámara de Comercio los del último tipo.

Tabla 5.22: Procedencia geográfica de los principales proveedores de SAE en Andalucía.

	Municipio	Otro municipio	Capital provincia	Capital Andalucía	Madrid	Resto España	Fuera España
Selección y Evaluación	0	0	50	0	50	0	0
Formación	6	0	38	31	7	0	6
Métodos y tiempos	0	0	100	0	0	0	0
Estudio de costes	0	0	100	0	0	0	0
Diseño industrial	20	0	40	20	0	20	0
Ingeniería de bienes de equipo	0	0	0	0	0	0	0
Gestión de la calidad	0	0	60	40	0	0	0
Asesoramiento en I+D	0	0	0	0	100	0	0
Imagen y publicidad	20	7	27	13	20	13	0
Diseño gráfico	12	0	25	25	25	13	0
Estudios de mercado	30	0	20	10	10	20	10
Asesoramiento en comercio exterior	17	0	33	17	33	0	0
Asesoramiento en logística	0	0	100	0	0	0	0
Organización de empresas	29	0	43	14	0	14	0
Asesoramiento económico-financiero	14	0	64	14	8	0	0
Control de gestión	33	0	50	17	0	0	0
Planificación estratégica	0	0	100	0	0	0	0
Implantación de sistemas informáticos	25	5	65	5	0	0	0
Programación informática	19	12	63	6	0	0	0
Implantación de sistemas telemáticos	17	0	83	0	0	0	0
Centro de cálculo y base de datos	25	0	75	0	0	0	0
Consultoría territorial y urbana	0	0	60	0	20	20	0
Localización de plantas	0	0	60	0	20	20	0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	0	11	56	11	11	11	0
Ingeniería civil/industrial, energía y residuo	0	16	50	0	17	16	0
Inversiones y estudios de viabilidad	0	0	60	0	20	20	0
Estudios socio-económicos.	0	0	50	0	25	25	0

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los proveedores de estos servicios, lo que más nos interesaba conocer es si son de Andalucía o de fuera. Por ello se les preguntó a las empresas por la residencia de

los mismos, a lo cual contestaron situándolos en el propio municipio, en otro municipio de la provincia, en la capital de la provincia (caso de que la empresa no esté radicada en la misma), en la capital de Andalucía (si la empresa no es de Sevilla), en Madrid, en el resto de España o fuera de España. Hay que tener en cuenta, que algunos de los que contestan en el municipio o en la capital de la provincia, si son de Sevilla o provincia coinciden con los de fuera que contestan en la capital de Andalucía. También hay que tener presente, que algunas de las empresas de servicios están radicadas en Andalucía pero no son de aquí, sino que se trata de una delegación (por ejemplo, Price Waterhouse), y algunas empresas al contestar que la empresa es, por ejemplo, de la capital de Andalucía se está refiriendo a estos casos.

Según se puede concluir de los datos contenidos en la tabla anterior, la mayoría de los proveedores de estos servicios residen en la capital de la provincia, aunque, como dijimos, esto no significa que en todos los casos estemos hablando de empresas de SAE andaluzas. Según el tipo de servicios, los que parecen tener más proveedores de fuera de la región son los de Asesoramiento en I+D (100%); Selección de personal (50%); los del área de Estudios y Proyectos (la mayoría poseen el 40% o más de proveedores fuera de Andalucía) y los del área de Mercados (más del 30%).

Tabla 5.23: Procedencia geográfica de los proveedores de SAE en Andalucía según el tamaño de las empresas clientes.

	Procedencia del proveedor			
	Dentro de Andalucía		Fuera de Andalucía	
	Medianas	Pequeñas	Medianas	Pequeñas
Selección y Evaluación	50	-	50	-
Formación	60	100	40	0
Métodos y tiempos	100	-	0	-
Estudio de costes	100	-	0	-
Diseño industrial	80	-	20	-
Ingeniería de bienes de equipo	*	-	*	-
Gestión de la calidad	100	100	0	0
Asesoramiento en I+D	0	-	100	-
Imagen y publicidad	50	100	50	0
Diseño gráfico	40	100	60	0
Estudios de mercado	43	100	57	0
Asesoramiento en comercio exterior	75	50	25	50
Asesoramiento en logística	100	-	0	-
Organización de empresas	100	67	0	33
Asesoramiento económico-financiero	83	100	17	0
Control de gestión	100	100	0	0
Planificación estratégica	100	100	0	0
Implantación de sistemas informáticos	100	100	0	0
Programación informática	100	100	0	0
Implantación de sistemas telemáticos	100	100	0	0
Centro de cálculo y base de datos	100	-	0	-
Consultoría territorial y urbana	60	-	40	-
Localización de plantas	60	-	40	-
Evaluación/corrección de impacto ambiental	75	100	25	0
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	60	100	40	0
Inversiones y estudios de viabilidad	60	-	40	-
Estudios socio-económicos.	50	-	50	-

Nota: *: No hay respuesta; - : No se usa o no se externaliza.

Fuente: Elaboración propia.

El porcentaje de proveedores de fuera de Andalucía es mayor en las empresas medianas que en las pequeñas, pues estas últimas, o bien no externalizan o incluso no usan los servicios que mayormente proceden de proveedores externos, o no tienen posibilidades de acudir a proveedores de fuera de su propio municipio en la mayoría de los casos.

Pero, como veremos en el epígrafe dedicado a las grandes empresas, son éstas las que demandan mayormente servicios de fuera de la región, bien porque demandan a empresas, que aunque tengan establecimiento en Andalucía, no son andaluzas⁹⁸, o bien porque los realizan en la sede –ubicada fuera de la región- o los demandan desde la propia sede, por tanto a empresas donde estas sedes estén ubicadas.

5.4.5- Evaluación de la oferta por parte de la demanda.

Desde el punto de vista del cliente, un servicio será eficaz cuando esté satisfecho con él, es decir, cuando cubra suficientemente sus necesidades y expectativas. Muchas empresas, como se ha demostrado en otros estudios (Peat Marwick, 1988; Senn, 1991; Cuadrado y Del Río, 1991), encuentran enormes dificultades para emitir un juicio acerca de la efectividad de los servicios recibidos.

En el informe encargado por la Comunidad Europea a Peat Marwick (1988), la mitad de los encuestados no fueron capaces de evaluar la efectividad de la externalización. De los que sí lo hicieron el 83% dijeron haber logrado economías. En el estudio de Senn (1991) sólo un 10% de las empresas supo evaluar las ventajas de los servicios a empresas. (Rubalcaba, 2001).

Los trabajos de Cuadrado y Del Río (1991) muestran que en España el 63'2% de las empresas considera suficiente la oferta de servicios, no teniendo gran influencia en estas apreciaciones el tamaño de las empresas. Las empresas españolas están satisfechas casi en un 75% con los servicios adquiridos, siendo los servicios más relacionados con la innovación tecnológica los que representan mayor disconformidad, sobre todo para las pymes. En Andalucía, los servicios cuyo nivel de prestación es considerado insuficiente son los referidos fundamentalmente a la innovación empresarial y tecnológica. Las empresas que encontraron menos satisfactoria la cantidad de oferta de servicios eran las del grupo de industrias agroalimentarias.

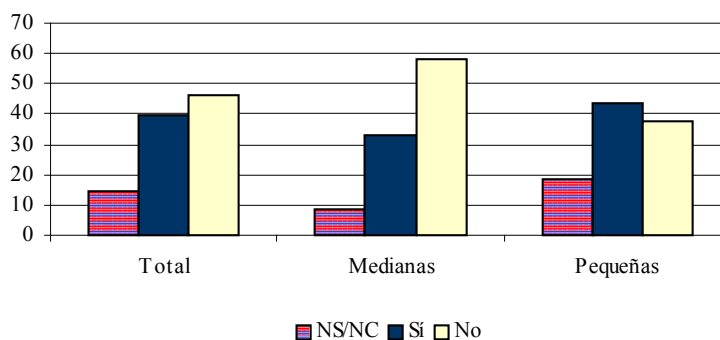
Según el estudio de la Comisión Europea (1989), parece que el precio de los servicios no es un factor decisivo para su contratación. Sin embargo, aunque más de la mitad de los encuestados dijo que el precio era razonable, un 36% indicó que los precios eran demasiado caros. (Rubalcaba, 2001).

En el caso de nuestro estudio parece que el nivel de satisfacción con respecto a la oferta de estos servicios es inferior a los casos citados anteriormente. Casi un 50% de las empresas considera insuficiente o inadecuada la oferta de estos servicios en Andalucía, siendo mayor el porcentaje en el caso de las empresas medianas que en las pequeñas.

⁹⁸ Ya vimos en el análisis de la oferta, que los establecimientos pertenecientes a empresas cuya sede está fuera de Andalucía, en la mayor parte de los casos se limitan a mantener la relación con el cliente, pero el grueso de las decisiones principales no se toman en los mismos, sino en la sede central.

En general, el 46'4% de estas empresas piensa que no existe una adecuada coordinación entre la oferta y la demanda de estos servicios, frente al 39'3% que opina que sí. Esta percepción varía dependiendo del tamaño de las empresas. Así, en las medianas son más las que opinan que la coordinación no es adecuada, mientras que en las pequeñas son más las que creen que sí. (Véase gráfico 5.12).

Gráfico 5.12: Opinión de la demanda sobre si existe adecuada coordinación entre oferta y demanda



Fuente: Elaboración propia

Los principales problemas que estas empresas ven por parte de la demanda son dos: la falta de medios económicos y la falta de concienciación sobre la importancia de estos servicios, muchas veces ligada a la falta de información. No se observan diferencias significativas en la apreciación de los problemas de demanda entre las pequeñas y las medianas empresas.

A la hora de valorar la oferta de estos servicios es la falta de información el principal problema argumentado (ha sido referido por el 50% de las empresas que han expresado su opinión sobre este tema, tanto por las empresas medianas como pequeñas), pidiendo algunas una mayor información por parte de la Administración Pública que, como comentaba un empresario, “*informa por los Decretos, pero esto no llega realmente a los empresarios*”. También se alude a la falta de profesionalidad en algunos casos⁹⁹.

Un empresario decía que “*hay más oferta que demanda*”, lo cual no ha de ser necesariamente un problema de la oferta, sino que en este caso puede ser más bien un problema de la falta de demanda. También se aludía a la “*limitación burocrática: tardan mucho y esto hace que se prefiera hacer por su cuenta dentro de la empresa*”.

De los principales inconvenientes o limitaciones que se han comentado acerca de las empresas oferentes se refieren a la baja calidad de los servicios ofrecidos y a la falta de oferta de algunos de ellos¹⁰⁰. Hay quien opina que el bajo nivel de la oferta puede y, de hecho, va mejorando en función de las exigencias de la demanda¹⁰¹.

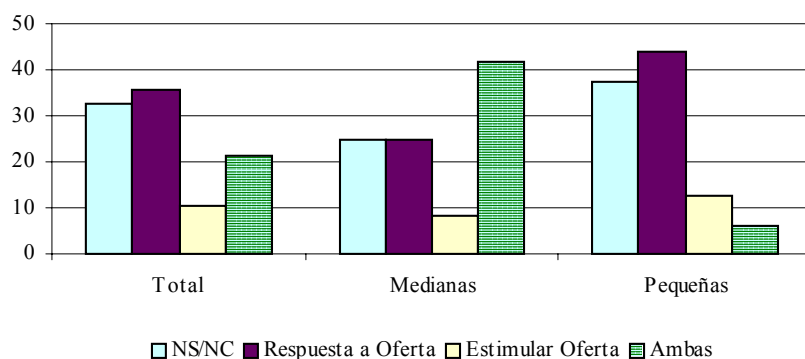
⁹⁹ En concreto, un empresario comentaba que “*existen muchas empresas del montón, no muy especializadas. Deben aportar algo para que sea rentable la demanda de estos servicios*”. Otro comentaba que “*hay temas muy específicos en los que no hay una gama amplia*”.

¹⁰⁰ Un empresario comentaba que “*los empresarios de Servicios Avanzados, a veces, no ofrecen calidad [...] Para que me ofrezcan lo mismo que soy capaz de hacer yo mismo, no es necesario acudir a una empresa ‘especializada’*”. Sobre la falta de oferta, otro empresario decía: “*a veces hay que acudir fuera porque algunos servicios no los hay aquí. La mayoría de las empresas que ofrecen servicios en*

Pero, las mismas empresas demandantes de estos servicios, ven la mayor parte de las limitaciones en la propia demanda. Así, consideran que se demandan pocos servicios, en parte por “falta de visión empresarial”, debido fundamentalmente a la “poca experiencia”, y a la “falta de información y de formación del empresario”. La mayoría de los comentarios eran referentes a las pequeñas empresas, que son las más abundantes en la Industria Agroalimentaria andaluza: “*La cultura es bajita, sobre todo por el hecho de que la mayoría de empresas es de tipo familiar*”; “*Hay de todo, pero en los pueblos pequeños hay bajo nivel*”; “*En las cooperativas es lamentable. No hay espíritu de empresa. No se invierte. Se racanea mucho. Se tiene una visión corta de la situación*”, incluso hay quien hace alusión a la “*existencia de economía sumergida*”. También las empresas demandantes, al igual que hicieron las que ofrecen estos servicios, comparan la situación de nuestra región con otras regiones españolas¹⁰².

Esta opinión de que en Andalucía se va a remolque de la oferta enlaza con la pregunta que realizamos acerca del tipo de demanda. Se les preguntó si, generalmente, este tipo de servicios los demandan en respuesta a la oferta existente o intentando estimular la oferta. Lo lógico es que las empresas demanden aquellos servicios que consideren necesarios y que piensen que es mejor que los realice una empresa especializada. Ahora bien, estos servicios pueden ser demandados una vez que se conoce que existe una empresa que los ofrece, o bien, se pueden demandar porque se necesitan e intentar que las empresas oferentes los incorporen a su oferta.

Gráfico 5.13: Tipo de demanda.



Fuente: Elaboración propia.

Pues bien, según las respuestas parece que la norma es demandar aquellos servicios que las empresas de Servicios Avanzados están ofreciendo en ese momento, sobre todo en el

Andalucía son multinacionales –por ejemplo en publicidad, software, etc.- Realmente Andalucía se queda pequeña”.

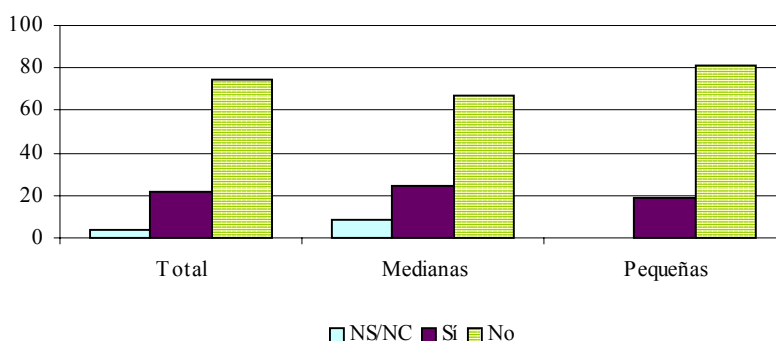
¹⁰¹ “*En estos últimos dos o tres años ha cambiado radicalmente la cultura empresarial andaluza en relación a estas actividades, por la necesidad de competir, que le viene impuesta por la clientela, que les obligan a estas empresas a ponerse al día en la calidad y en otras cuestiones*”.

¹⁰² “*Estamos progresando, aunque todavía queda mucho por hacer porque no se lleva muchos años trabajando en este tema. Aunque en estos últimos diez años la situación ha cambiado bastante, quizás vamos algo por detrás de otras regiones. Por ejemplo, Cataluña se suele anticipar a la oferta, y en Andalucía se va a remolque*”.

caso de las empresas pequeñas. Las empresas medianas suelen combinar las dos opciones, es decir, demandan los servicios que ya les son ofertados, pero intentando incluir algunas variaciones que modifiquen o amplíen la oferta existente. (gráfico 5.13).

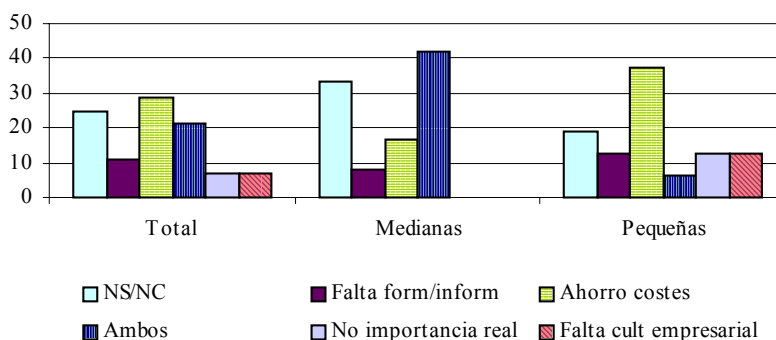
Al igual que expresaron las empresas que ofrecen SAE, las demandantes también opinan mayoritariamente (el 75%) que no se demandan todos los servicios que serían realmente necesarios para estas empresas. El principal motivo argumentado, sobre todo por las pequeñas empresas, es el ahorrar costes, junto con la falta de formación y de información del empresario.

Gráfico 5.14: Opinión sobre si se demandan todos los servicios necesarios.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5.15: Motivos por los que no se demandan todos los servicios necesarios



Fuente: Elaboración propia.

En las empresas medianas la respuesta más frecuente a los motivos por los que no se demandan todos los servicios necesarios (cuando se ha contestado en ese sentido la pregunta anterior¹⁰³) es por la falta de formación y/o información, unido al ahorro de costes. Esto es así, porque estas empresas opinan que el intento de ahorrar costes en estos servicios va unido, en muchas ocasiones, a la falta de formación del empresario¹⁰⁴.

¹⁰³ Al ser entrevistas en las que este tipo de pregunta se realiza según la respuesta de la anterior, no se condiciona la respuesta anterior, como podría suceder en un cuestionario escrito para una encuesta. Así, sólo se pregunta el por qué no se demandan todos los servicios necesarios, si la respuesta a la pregunta de si se demandan todos los servicios necesarios ha sido que no.

¹⁰⁴ Así, algunas respuestas fueron: “A veces por temas de costes el empresario piensa que lo puede hacer mejor él mismo, cuando realmente es mejor que lo realicen empresas especializadas”, “Principalmente es

Entre las pequeñas, hay quien opina que “*no se demandan porque no se necesitan*”, o que “*realmente las necesidades de estos servicios son mínimas*”, aunque se insiste en la limitación que suponen los **costes**¹⁰⁵: “*no se puede abarcar todo y se selecciona, principalmente porque no se pueden soportar tantos costes*”, relacionándolos en algunos casos con la naturaleza intangible de estos servicios, que hace que no se entienda, a veces, la necesidad de gastar dinero en algo que no se ve directamente su repercusión en la producción de la empresa: “*Existen reticencias por parte de los empresarios a invertir en estos servicios por motivos económicos, al ser intangibles, de manera que no se ven directamente y no se comprenden sus beneficios*”. Por otra parte se insiste en la **falta de conocimiento empresarial**¹⁰⁶.

Una de las preguntas realizadas se refería a la conveniencia de la actuación desde la Administración Pública para favorecer el uso de estos servicios. Un 78’5% de estas empresas considera que sería conveniente favorecer la demanda de estos servicios con actuaciones institucionales. Por un lado se considera importante el apoyo a la demanda mediante subvenciones que aligeren el coste que representa para la empresa el uso de estos servicios. Otra posibilidad es la oferta de algunos de ellos, directamente por parte de la Administración, a un coste sensiblemente inferior al de la oferta privada. En una empresa comentaban: “*Debería haber oferta pública de algunos de estos servicios, por ejemplo los de formación de personal*”. La petición de cursos de formación la han realizado varias de estas empresas.

También se pide: “*dotar de infraestructuras a las empresas*”. Otro tipo de actuación referida por la inmensa mayoría de estas empresas es la información clara y accesible sobre el uso de estos servicios: qué servicios son recomendables en cada caso, qué proveedores son los más adecuados, etc. Pero se refieren no a una información puntual y sin continuidad, que finalmente queda olvidada y fuera del alcance de muchas de estas empresas, sino una información fluida y continuada¹⁰⁷. Por otra parte, se considera importante también el facilitar los trámites que hay que realizar para cualquier gestión, lo cual también comentaron algunas empresas oferentes.

5.4.6- Comportamiento de las empresas grandes.

En este caso nos referimos a empresas grandes, todas ellas pertenecientes a grandes grupos internacionales. Hemos distinguido dos situaciones distintas: por un lado,

por motivos de costes. Además, si no se está en asociaciones no llega la información, por ejemplo en el tema de la normativa medioambiental”. Por otro lado, hay quien opina que “*si hay necesidad se busca en general. El problema es encontrar lo que se busca*”.

¹⁰⁵ Resulta curioso que en las respuestas a la pregunta sobre porqué no se demandan todos los servicios necesarios se aluda principalmente a los costes, cuando éstos no han sido apenas considerados en la decisión de realizar los servicios internamente.

¹⁰⁶ “*Muchas empresas no saben lo que necesitan. Hay una falta de cultura empresarial, y de no tener claro qué es una empresa y qué valor tiene que tener. La mayoría piensa que una empresa es sólo comprar y vender*”; “*No se demandan por falta de información. Realmente sería más barato contratar algunos de estos servicios fuera, que mantener un personal todo el año para estas funciones*”.

¹⁰⁷ Un empresario comentaba: “*Deberían crear algún foro de discusión de empresas y emprendedores. Informar sobre tipos de servicios, precios, etc. A veces necesitas cosas pero no sabes que existen y cuando lo descubres ha pasado demasiado tiempo*”.

empresas que fueron creadas en Andalucía y que actualmente pertenecen a grupos internacionales –como es el caso de Cruzcampo, Puleva, etc.- y, por otro, empresas multinacionales que poseen una delegación o filial en nuestra región –por ejemplo, CocaCola-. Ambos grupos, como veremos a continuación, tienen un comportamiento distinto al del conjunto de empresas regionales (pequeñas y medianas), analizadas anteriormente. Ahora bien, entre sí, también manifiestan algunas diferencias.

El porcentaje de uso de estos servicios aumenta considerablemente, dada la dimensión de estas empresas y el volumen de sus actividades, y debido a que al actuar en un contexto más expuesto a las reglas de la competencia internacional, se ven obligadas a desarrollar una serie de actividades que en el otro caso no eran necesarias en la mayor parte de las ocasiones.

Tabla 5.24: Grado de uso de SAE por las grandes empresas.

	Usan
Selección y Evaluación	87,5
Formación	87,5
Métodos y tiempos	62,5
Estudio de costes	87,5
Diseño industrial	87,5
Ingeniería de bienes de equipo	62,5
Gestión de la calidad	100
Asesoramiento en I+D	62,5
Imagen y publicidad	100
Diseño gráfico	87,5
Estudios de mercado	100
Asesoramiento en comercio exterior	12,5
Asesoramiento en logística	12,5
Organización de empresas	87,5
Asesoramiento económico-financiero	100
Control de gestión	87,5
Planificación estratégica	87,5
Implantación de sistemas informáticos	100
Programación informática	87,5
Implantación de sistemas telemáticos	87,5
Centro de cálculo y base de datos	87,5
Consultoría territorial y urbana	75,0
Localización de plantas	75,0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	62,5
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	75,0
Inversiones y estudios de viabilidad	87,5
Estudios socio-económicos.	87,5

Fuente: Elaboración propia.

Buena parte de los servicios considerados, como los de Selección de personal, Publicidad, Organización empresarial, Control de gestión, Asesoramiento económico-financiero, etc., tienden a realizarse internamente. Pero que se realicen internamente, en el caso de empresas multinacionales se refiere, en la mayoría de los casos, no al establecimiento radicado en Andalucía, sino en la sede central de nuestro país¹⁰⁸. En

¹⁰⁸ Al decir que estos servicios se realizan en la sede central, si se trata de grupos empresariales multinacionales (por ejemplo, grupo Danone), nos referimos no a la sede del grupo en el ámbito internacional, sino a la que tienen establecida en España, que normalmente se corresponde con Madrid o Barcelona.

esta actuación influyen razones de eficiencia y de menor coste, pero también razones de control y de política general del grupo.

En algunos casos, estas empresas nos comentan que algunos de estos servicios les vienen desde la sede central, pero ellos no saben si allí, a su vez, los han contratado a empresas externas. En todo caso, tanto si los realizan en la sede o los contratan a empresas, no se realizan en Andalucía. Por ello, en este caso, hemos indicado dos opciones dentro de la realización interna, dependiendo de que se refiera a la sede central o al establecimiento andaluz entrevistado. Mirado desde Andalucía, esta forma de actuar por parte de las empresas pertenecientes a grandes grupos, supone el “desplazamiento” de la demanda de estos servicios fuera de la región.

Tabla 5.25: La externalización de SAE en las grandes empresas por tipos de servicios.

	Origen del servicio			
	Puramente externo	Puramente interno		Externo e interno
		Sede	Establecimiento	
Selección y Evaluación	0	14,3	28,6	57,1
Formación	14,3	14,3	14,3	57,1
Métodos y tiempos	20,0	20,0	60,0	0
Estudio de costes	0	28,6	57,1	14,3
Diseño industrial	0	28,6	57,1	14,3
Ingeniería de bienes de equipo	0	20,0	80,0	0
Gestión de la calidad	0	25,0	50,0	25,0
Asesoramiento en I+D	40,0	20,0	40,0	0
Imagen y publicidad	12,5	37,5	12,5	37,5
Diseño gráfico	14,3	28,6	42,8	14,3
Estudios de mercado	12,5	25,0	25,0	37,5
Asesoramiento en comercio exterior	50,0	0	0	50,0
Asesoramiento en logística	0	0	0	100
Organización de empresas	14,3	42,8	42,8	0
Asesoramiento económico-financiero	12,5	50,0	37,5	0
Control de gestión	14,3	42,8	42,8	0
Planificación estratégica	14,3	42,8	42,8	0
Implantación de sistemas informáticos	37,5	37,5	12,5	12,5
Programación informática	14,3	42,8	14,3	28,6
Implantación de sistemas telemáticos	28,6	42,8	14,3	14,3
Centro de cálculo y base de datos	28,6	42,8	14,3	14,3
Consultoría territorial y urbana	50,0	33,3	16,7	0
Localización de plantas	50,0	33,3	16,7	0
Evaluación/corrección de impacto ambiental	60,0	40,0	0	0
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	50,0	33,3	16,7	0
Inversiones y estudios de viabilidad	42,8	28,6	14,3	14,3
Estudios socio-económicos.	42,8	28,6	14,3	14,3

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla anterior se puede deducir lo que ya comentamos cuando hablamos de la externalización de estos servicios. Decíamos que el tamaño de las empresas demandantes influía en la decisión de externalizar o realizar internamente estos servicios, en el sentido de que las grandes empresas utilizaban más la fórmula de la internalización, pues tienen capacidad para poder realizar estos servicios internamente, al poseer departamentos específicos para estas funciones y personal adecuado para ello. En la tabla podemos ver que la mayoría de estos servicios son realizados internamente,

bien en el propio establecimiento o en la sede central¹⁰⁹. Las más claras excepciones son los servicios de Asesoramiento en comercio exterior y Asesoramiento en logística y los del área de Estudios y Proyectos.

Vamos a distinguir entre las empresas que sólo poseen una filial en Andalucía, bien porque son empresas extranjeras que instalan una filial en la región –Danone o CocaCola, por ejemplo- o empresas pequeñas que han sido absorbidas por empresas multinacionales –por ejemplo, Aguas de Lanjarón, que pertenece al grupo Danone- y que mantienen poca autonomía; de aquéllas que eran tradicionalmente empresas andaluzas, y aunque hoy pertenezcan a grupos internacionales, siguen manteniendo su estructura empresarial en la región –caso de Cruzcampo-. La situación que hemos visto antes varía en algunos aspectos, como se aprecia en la siguiente tabla. Así, por ejemplo, en el segundo caso los servicios realizados internamente se hacen en el propio establecimiento, mientras que las primeras recurren frecuentemente a la sede de la empresa en España, ubicada fuera de Andalucía.

Tabla 5.26: La externalización de SAE según tipo de empresa y por tipos de servicios.

	Origen del servicio							
	Puramente externo		Puramente interno				Externo e interno	
	Emp and	Filial	Sede		Establecimiento		Emp and	Filial
			Emp and	Filial	Emp and	Filial		
Selección y Evaluación	0	0	-	25	67	0	33	75
Formación	33	0	-	33	0	0	67	67
Métodos y tiempos	0	50	-	50	100	0	0	0
Estudio de costes	0	0	-	50	100	25	0	25
Diseño industrial	0	0	-	50	100	25	0	25
Ingeniería de bienes de equipo	0	0	-	50	100	50	0	0
Gestión de la calidad	0	0	-	50	100	0	0	50
Asesoramiento en I+D	33	50	-	50	67	0	0	0
Imagen y publicidad	25	0	-	75	25	0	50	25
Diseño gráfico	33	0	-	50	33	50	33	0
Estudios de mercado	25	0	-	50	25	25	50	25
Asesoramiento en comercio exterior	50	-	-	-	0	-	50	-
Asesoramiento en logística	0	-	-	-	0	-	100	-
Organización de empresas	0	25	-	75	100	0	0	0
Asesoramiento económico-financiero	25	0	-	100	75	0	0	0
Control de gestión	0	25	-	75	100	0	0	0
Planificación estratégica	0	25	-	75	100	0	0	0
Implantación de sistemas informáticos	50	0	-	75	25	25	25	25
Programación informática	33	0	-	75	33	0	33	0
Implantación de sistemas telemáticos	33	25	-	75	33	0	33	0
Centro de cálculo y base de datos	33	25	-	75	33	0	33	0
Consultoría territorial y urbana	67	33	-	67	33	0	0	0
Localización de plantas	67	33	-	67	33	0	0	0
Evaluac/correcc de impacto ambiental	100	33	-	67	0	0	0	0
Ingeniería civil/ind, energía y residuos	67	33	-	67	33	0	0	0
Inversiones y estudios de viabilidad	33	50	-	50	33	0	33	0
Estudios socio-económicos.	33	50	-	50	33	0	33	0

Fuente: Elaboración propia.

¹⁰⁹ Si la empresa tiene la sede fuera de Andalucía.

De los pocos servicios que se externalizan, veamos si se hace a empresas locales o a grandes empresas de Servicios Avanzados pertenecientes a grupos, en muchos casos internacionales –caso de Coopers & Lybrand, S.A.; Ernst & Young, S.A. o Price Waterhouse-.

Como se puede observar en la tabla siguiente, la gran mayoría de los servicios que deciden demandar las grandes empresas a empresas especializadas en su provisión, son a empresas que no son andaluzas. Estas grandes empresas, si demandan ciertos servicios a empresas externas, no suelen recurrir a la empresa local, ni incluso regional (existen algunas de cierto tamaño, aunque no mucho, como vimos en el análisis de la oferta), sino que prefieren las grandes empresas del sector, con un “nombre” conocido, y de supuesto “prestigio”, las cuales pertenecen a grupos internacionales, y cuya sede en nuestro país se encuentra, en casi todas ellas, en la capital de España.

Tabla 5.27: Procedencia geográfica de los principales proveedores de SAE.

	Procedencia del proveedor	
	Andalucía	Fuera de Andalucía
Selección y Evaluación	60	40
Formación	50	50
Métodos y tiempos	0	100
Estudio de costes	0	100
Diseño industrial	33	67
Ingeniería de bienes de equipo	0	100
Gestión de la calidad	0	100
Asesoramiento en I+D	0	100
Imagen y publicidad	0	100
Diseño gráfico	20	80
Estudios de mercado	14	86
Asesoramiento en comercio exterior	0	100
Asesoramiento en logística	0	100
Organización de empresas	0	100
Asesoramiento económico-financiero	0	100
Control de gestión	0	100
Planificación estratégica	0	100
Implantación de sistemas informáticos	29	71
Programación informática	17	83
Implantación de sistemas telemáticos	17	83
Centro de cálculo y base de datos	17	83
Consultoría territorial y urbana	0	100
Localización de plantas	0	100
Evaluación/corrección de impacto ambiental	25	75
Ingeniería civil/industrial, energía y residuos	25	75
Inversiones y estudios de viabilidad	17	83
Estudios socio-económicos.	0	100

Fuente: Elaboración propia.

La diferencia entre las filiales de empresas multinacionales y las que tradicionalmente habían sido empresas andaluzas son apenas significativas. En todo caso, las empresas que anteriormente eran empresas andaluzas, para algunos servicios, como los de Selección de personal, o todos los del área de Sistemas Informáticos, recurren en cierta medida a empresas andaluzas, mientras que las filiales contratan principalmente empresas de fuera. Lo que si diferencia a ambos grupos, es que en el caso de las filiales,

la mayor parte de los servicios realizados internamente, que son la mayor parte, se realizan en la sede, por tanto, fuera de la región.

Consideraciones finales.

Del análisis que hemos realizado del sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía podemos concluir que, si bien muchos de los rasgos generales que presenta el sector –predominio de empresas pequeñas, alto nivel formativo del personal, etc.- son comunes a los existentes en otras regiones o en la media española, algunos de ellos son más acentuados en nuestra Comunidad. Así, por ejemplo, la implantación de estas empresas en Andalucía es más reciente que en las “regiones centrales” –Cataluña, Madrid o País Vasco-, el tamaño medio de las empresas es menor que el nacional, etc.

Una de las principales características de este sector en nuestra región es la existencia de una fuerte dualidad, en el sentido de que hay un grupo muy extenso de pequeñas empresas –que son las más representativas de la estructura empresarial autóctona- frente a un pequeño grupo de grandes empresas, la mayoría procedentes de fuera de Andalucía, con una presencia importante en el mercado regional.

En Andalucía, al igual que sucede en otros lugares, tanto en Europa como fuera de ella, se ha producido una concentración de estas empresas en las principales áreas urbanas, en este caso, en Sevilla y su área de influencia. A su vez, dentro de la ciudad, aparecen zonas más proclives a la instalación de estas actividades. Lo que resulta particular en el caso de Andalucía, son los motivos aducidos por los empresarios y empresarias a la hora de justificar sus decisiones de localización. En la mayoría de los casos, a la hora de instalarse en una ciudad determinada, no priman los factores de “mercado”. Por lo que se refiere a la elección de la zona dentro de la ciudad, la importancia dada a la accesibilidad, parece estar relacionada con la importancia que en estas actividades tiene la interacción entre cliente y proveedor del servicio.

Este sector presenta una serie de debilidades en nuestra región, que lo hacen vulnerable ante la competencia de las grandes empresas de fuera de Andalucía. Por un lado está la falta de acuerdos de cooperación y coordinación entre oferentes, reflejada en parte en la escasa tendencia a formar grupos y redes empresariales. También existe una alta dependencia de las ayudas procedentes del sector público en un número importante de empresas, así como una fuerte dependencia de algún cliente principal, que en muchos casos coincide con ser la administración pública. Asimismo, en el caso de los establecimientos que son delegaciones de empresas cuya sede central se encuentra fuera de Andalucía, suele darse una alta dependencia respecto a dicha sede a la hora de tomar decisiones estratégicas y para la prestación de dichos servicios.

Por el lado de la demanda, hemos visto que en Andalucía se tiende a realizar un uso más bien bajo de este tipo de servicios, principalmente por parte de las empresas pequeñas, que son las más abundantes en nuestra región. Por su parte, de las empresas que hacen uso de estos servicios, parece que está poco extendida la práctica de la externalización.

El principal problema, aludido tanto por las empresas de Servicios Avanzados a las Empresas, como por las que desde el Sector Agroalimentario demandan estos servicios, a la hora de valorar la escasez de demanda de estos servicios, es la falta de información,

así como también la falta de formación del empresario. En principio, estos parecen problemas que pueden tener una solución “relativamente fácil”. Se trataría, por un lado, de aumentar la información proporcionada desde las instancias públicas, tanto a las empresas oferentes como a las demandantes. Pero lo realmente importante es que esta información llegue adecuadamente a sus destinatarios, es decir, hay que canalizarla adecuadamente. También hay que concienciar a las empresas de Servicios Avanzados a las Empresas de que, ellas mismas, informen adecuadamente acerca de sus servicios y sus ventajas a las demandantes y posibles demandantes.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

RESUMEN Y CONCLUSIONES

En los últimos años se han venido produciendo una serie de transformaciones estructurales en los servicios, que están cambiando de forma radical la concepción que se tenía hasta hace poco sobre este sector, al que se le atribuían un buen número de connotaciones negativas: baja productividad, carácter inflacionista, etc. Actualmente, el Sector Servicios se caracteriza por ser más competitivo y eficiente, flexible, dinámico, etc., aunque también más expuesto a las presiones competitivas tanto externas como internas.

Algunos factores que han impulsado los cambios mencionados en el Sector Servicios han sido: la disminución de la presencia del sector público en el conjunto del sector, el aumento de la comerciabilidad exterior de los servicios existentes y la aparición de nuevos servicios comercializables, las crecientes interrelaciones industria-servicios, la influencia de las Tecnologías de la Información, etc.

El pensamiento económico ha evolucionado tardíamente a la realidad de los servicios, y a pesar de que en los últimos años se ha avanzado mucho en los análisis acerca de los servicios y su papel económico, y en particular sobre los Servicios a las Empresas, aún quedan pendientes algunas preguntas. Concretamente, quedan por resolver algunas cuestiones concernientes a las consecuencias sociales y espaciales del crecimiento de las actividades de servicios, como si el doble movimiento concentración-dispersión favorece una economía dual y, consecuentemente, tensiones sociales. Actualmente hay abierta una línea de investigación sobre los Servicios a las Empresas, destacándose su papel en los cambios de los sistemas productivos, pero la mayoría de los trabajos responden a la visión que se tiene sobre dicho sector desde las “economías centrales”.

Las actividades de servicios muestran una clara tendencia a concentrarse en determinadas áreas, que en el caso de las actividades más estratégicas y de mayor valor añadido suelen ser las principales ciudades de las “regiones centrales”, como han puesto de manifiesto los principales estudios sobre localización en este sector.

Uno de los aspectos que más ha interesado a los analistas económicos y políticos es la evolución del empleo en los servicios, que se había visto como una posible solución a los actuales problemas de paro existentes en las sociedades actuales. Tradicionalmente se ha proporcionado una doble interpretación de la evolución del empleo en los servicios. Por el lado de la demanda se supone que, generalmente, a medida que aumenta la riqueza de las personas, éstas desean utilizar más servicios, llevando a concluir que el crecimiento económico provoca una expansión de los servicios finales; y, por otro lado, al aumentar la complejidad de las técnicas de producción se requiere un mayor volumen de servicios intermedios. Por el lado de la oferta se supone que el grado de innovación técnica es menor en las industrias de servicios, por lo que su tasa de crecimiento de la productividad es inferior a la de los demás sectores, de manera que el volumen de empleo en los servicios tiende a aumentar.

Un análisis más profundo de la evolución del empleo en este sector, plantea el cuestionamiento de algunas de las premisas que se habían realizado en un principio, y es que el Sector Servicios no es la panacea a la solución de los graves problemas relacionados con el empleo, sino que a su vez, plantea otra serie de cuestiones, como las relativas a la estabilidad en el empleo, la autosatisfacción, etc., y de manera especial en los Servicios a las Empresas, que se han mostrado más proclives al desarrollo de las nuevas formas de empleo: empleo a tiempo parcial, temporal, desde casa, etc.

Resumiendo, se constata la creciente importancia de la interrelación industria-servicios, junto a la tendencia hacia la creciente división del trabajo en el seno del sistema productivo. Es decir, la nueva economía de servicios se encuentra en nuestros días en profunda interrelación con la economía industrial, hablándose de la “economía servindustrial”, caracterizada por la integración de bienes y servicios y la complementariedad entre las distintas ramas económicas. Así, dentro del heterogéneo grupo formado por las actividades de servicios, los servicios al productor, y más concretamente los Servicios a las Empresas, se definen como servicios intermedios dirigidos al conjunto de la industria, y son los servicios destinados a producir las condiciones necesarias para la valorización del capital, desarrollándose principalmente en las “regiones centrales”. En este contexto, el crecimiento de los Servicios a las Empresas no puede entenderse como un fin en sí mismo, sino que su desarrollo es relevante sólo en la medida en que son capaces de dinamizar y dotar de coherencia al aparato productivo. Así, la importancia de estas actividades se entiende desde la óptica del nacimiento de una nueva norma de competitividad internacional, forzada por las nuevas necesidades de acumulación de capital.

El avance experimentado por los Servicios a las Empresas en las economías occidentales en las últimas décadas es, por tanto, consecuencia del cambio estructural llevado a cabo en el sistema productivo; el cual, a su vez, es el resultado de una evolución de la naturaleza, organización y especialización del trabajo y de una profundización en la división técnica y social del trabajo. Este avance no va ligado exclusivamente al proceso general de crecimiento económico y de creciente división del trabajo, sino que aparece también relacionado de manera directa con las exigencias de modernización y de innovación tecnológica y de gestión de las empresas, impuestas por el moderno modelo de crecimiento de las economías que ha surgido como respuesta a la crisis económica.

Hay que destacar el rápido proceso de difusión de las Tecnologías de la Información en el ámbito de los servicios a la producción, aunque dependiendo de la actividad el ritmo es diferente. En esta rápida difusión influye el que estos servicios tienen una gran necesidad de información, por lo que muestran una propensión mayor a la introducción y difusión de las Nuevas Tecnologías.

De cualquier modo, los cambios del modo de producción son los que incrementan notablemente las tareas de servicios. Estos cambios se traducen en la transformación de las normas de producción y comercialización durante el período de expansión económica y, con la crisis, en la radical transformación del modo de producción con una agudización de la importancia económica de las fases de concepción y utilización/servucción y en la difusión de nuevos tipos de gestión facilitada por el desarrollo de las NTIC.

La evolución de las Tecnologías de la Información está determinando la externalización de las actividades de servicios. Por un lado, gracias a su utilización, las tareas terciarias son cada vez más controlables. Por otro, está cambiando la naturaleza de la interdependencia entre las diferentes tareas, de modo que la externalización de ciertas actividades de servicios es cada vez más sencilla. A su vez, las Tecnologías de la Información han hecho posible almacenar y transportar ciertos servicios, con lo cual se supera la limitación de la distancia física entre oferta y demanda de servicios, pudiendo obtenerse economías de escala por la ampliación de mercados.

El conjunto de funciones que se dice –desde las “economías centrales”- que los Servicios a las Empresas realizan en la economía es bastante amplio, pudiéndose destacar: su contribución al crecimiento económico, su influencia en la competitividad industrial, la difusión de la tecnología y la innovación, desarrollo de pequeñas y medianas empresas, ser instrumento básico de internacionalización, y sus implicaciones para el mercado de trabajo.

La mayoría de los trabajos empíricos realizados sobre el sector de Servicios a las Empresas, han demostrado, desde distintas realidades territoriales, la tendencia de estas actividades a concentrarse en las “áreas centrales”, debido a factores como las economías de aglomeración y de alcance, el acceso a un mercado que garantice una demanda apropiada, la proximidad a las redes de comunicación e información integradas y avanzadas, las características del mercado de trabajo, con una jerarquía de las cualificaciones de los empleos que va paralela a la organización jerárquica de la red urbana. Esta tendencia a la concentración tiene importantes implicaciones de cara a las posibilidades de “desarrollo” o, al menos, de “crecimiento” de las diferentes áreas económicas.

Aunque, hipotéticamente se establecen las condiciones teóricas para posibilitar procesos de descentralización geográfica de los Servicios a las Empresas, no podemos olvidar que el papel de la tecnología y de la organización y estructuración del capital no se puede abstraer de la división espacial del trabajo. Esta división espacial del trabajo consolida una jerarquía espacial de servicios con una capacidad de control y decisión por parte de las “regiones centrales” de los países capitalistas “desarrollados”.

Efectivamente, los cambios en la organización y funcionamiento de las empresas de servicios, los procesos de desregulación, así como los de fusión, adquisición y diversificación que alientan la concentración del capital, así como la internacionalización del mismo, provocan la concentración geográfica de la propiedad y el control de las funciones más estratégicas de servicios por parte de las compañías de servicios localizadas en “áreas centrales”. Esta misma jerarquización de funciones se reproduce en el seno de las compañías multinacionales de servicios, que asignan las tareas más sofisticadas a las sedes centrales –lógicamente localizadas en las “regiones centrales”- y las funciones banales o intermedias a las filiales de las “regiones no centrales”.

Para concluir, en el contexto actual de desregulación y localización eminentemente central de los servicios estratégicos, reforzado por la creciente concentración e internacionalización del capital, no parece que vayan a funcionar las posibilidades de descentralización que ofrecen las NTIC en el ámbito de los Servicios a las Empresas.

En el trabajo expuesto en la presente tesis se corrobora el distinto funcionamiento de las actividades de servicios en las “regiones periféricas”. Concretamente, siguiendo la línea iniciada por Manuel Delgado, utilizando como marco teórico la Teoría de la Dependencia, se deja patente la especificidad del Sector Servicios en la economía andaluza, cuya naturaleza y funcionamiento es significativamente distinto al de las “economías centrales”. Para demostrar esta afirmación, además de repasar la evolución y comportamiento del Sector Servicios en su relación con el aparato productivo andaluz,

y su comparación con las economías de su entorno; hemos analizado el comportamiento de las actividades de Servicios Avanzados a las Empresas en esta región, ya que estas actividades han demostrado ser estratégicas en el “desarrollo” de las denominadas “economías centrales”. A partir de dicho análisis podemos concluir:

Como ya han demostrado numerosos trabajos, aunque en todos los países de la Unión Europea se comprueba la existencia de un avance espectacular de las actividades de servicios, y especialmente de los Servicios a las Empresas, en estas últimas décadas, se observan diferencias importantes entre los distintos países. Así, se observa una concentración del empleo y del VAB en las actividades de servicios, principalmente en aquellas más relacionadas con el sistema productivo, en los países con mayores niveles de renta y de industrialización. Así, España, aunque se va acercando a los niveles medios, aún posee un diferencial importante con respecto a los países más avanzados de la Unión, sobre todo en aquellas actividades de Servicios a las Empresas más innovadoras y estratégicas.

A su vez, dentro de España también existen importantes diferencias entre las distintas regiones. Así, según hemos demostrado a partir de los índices de especialización, las regiones más “desarrolladas” –Madrid, Cataluña, País Vasco- son las que se especializan en los denominados servicios a la producción –“Crédito y seguros”, “Alquiler de inmuebles” y “Servicios a las Empresas” (incluidos en la rama “Otros servicios a la venta”)-. Por su parte, en las regiones menos “desarrolladas” –Andalucía, Extremadura, Galicia, etc.-, los índices de especialización en las actividades antes citadas están por debajo de la media –es decir, son inferiores a 1-. Además, esta situación perdura a lo largo del período de análisis. Concretamente, hemos presentado como ejemplo paradigmático la comparación entre las situaciones de Andalucía –como ejemplo de “región periférica”- y Cataluña –caso claro de “región central”-, comprobando cómo las situaciones de ambas son completamente opuestas.

Centrándonos ya en el caso de Andalucía, hemos recordado –según ya pusieron de manifiesto otros autores- cómo el modelo de desarrollo español ha condicionado la definición de los rasgos básicos de la economía andaluza, de modo que a mediados de los cincuenta se hallaba configurada una división del trabajo a nivel nacional, según la cual las “regiones centrales” aprovechaban las potencialidades naturales que ofrecía Andalucía en diversos aspectos. Andalucía ha sido caracterizada como región “periférica”, situación que se debe al modo en que su economía se articula en el sistema capitalista, y que es el resultado de un proceso histórico en el que Andalucía se ha visto sometida a los requerimientos procedentes de las “regiones centrales”. Es decir, a Andalucía le vienen impuestas desde fuera las condiciones productivas en que va a especializarse, originándose así una situación de dependencia.

Si se atiende a las cifras estadísticas oficiales, los comentarios, principalmente desde los ámbitos políticos, son relativos al mayor crecimiento de esta región respecto a la media nacional, que a su vez también ha crecido más que la media europea, en la década de los noventa. Ahora bien, como ha demostrado Manuel Delgado en reiteradas ocasiones, este “mayor crecimiento” parece que no se ha traducido realmente en ventajas comparativas para Andalucía, sino más bien al contrario. En estos años de invasión espectacular de los procesos de internacionalización en distintos ámbitos de lo social y lo económico, Andalucía, a pesar de los importantes esfuerzos de “crecimiento” realizados, no ha conseguido acercarse a los niveles de otras economías “centrales” de su entorno. Pero

no sólo eso, sino que parece incluso que la situación es de un “empeoramiento relativo”, en el sentido de que la “brecha” se ha seguido ensanchando.

Por lo que se refiere a su especialización productiva, Andalucía se ha caracterizado por ser una región predominantemente agrícola hasta la década de los sesenta. A partir de aquí se aprecia un cambio significativo hacia una terciarización imparable, al igual que ha sucedido en el resto de las economías vecinas. Sin embargo, en Andalucía, a pesar del fuerte descenso del peso de la Agricultura, sigue jugando un papel muy importante todo lo relacionado con lo agrario. En 1999 la población ocupada en la Agricultura representaba el 14'7% en Andalucía, frente al 8'1% de la media nacional; diferencia que es más significativa si se compara con Cataluña (2'9%), Madrid (0'7%) o País Vasco (3'3%).

Aparte de la especialización en las actividades del Sector Primario, en las últimas décadas se ha producido un aumento incesante de la producción y, principalmente, del empleo en los Servicios. El crecimiento total y relativo del empleo en los Servicios, tanto en Andalucía como en España, ha sido muy importante a lo largo de las dos últimas décadas. En 1975 los ocupados en los Servicios en Andalucía, según el BBV, eran 822.265 (43'3%), es decir 541.766 ocupados menos que en 1999, año en que la ocupación en este sector representa el 63'3% del empleo andaluz. Como vemos en 24 años la cifra de empleo en el sector se ha incrementado en 20 puntos porcentuales. En España la cifra de ocupados en los Servicios ha pasado de 5.665.530, es decir, el 42'6% del empleo en 1975 a 9.445.765, 63'6% en 1999, con un aumento porcentual de 21 puntos.

Sin embargo, hay que señalar que el avance de la ocupación en los Servicios se magnifica cuando se utilizan valores relativos, ya que los aumentos del número de ocupados en las actividades terciarias en el período considerado han coincidido con una importante disminución del empleo en la Agricultura (del 23'2% al 8'1% en España y del 31'1% al 14'7% en Andalucía) y un retroceso del empleo Industrial (del 24'4% al 19'0% en España y del 16'0% al 11'9% en Andalucía).

Esta evolución claramente positiva del empleo en los Servicios en Andalucía, debida al desplazamiento de la demanda de mano de obra de la Agricultura y la Industria a los Servicios, viene explicada, entre otras razones, por:

- El crecimiento de los Servicios en la economía andaluza debido a los cambios en la demanda de los consumidores.
- La externalización de servicios: las empresas industriales recurren, cada vez más, a empresas externas para proveerse de servicios que antes se procuraban ellas mismas.
- En el Sector Servicios andaluz, el nivel de la productividad media observada es bajo en comparación con el del resto de sectores económicos.
- El aumento de la tasa de actividad femenina, que contribuye al aumento de la demanda de servicios, especialmente de aquéllos que sustituyen a las tareas realizadas normalmente dentro del hogar.
- El fuerte crecimiento en el empleo en la Administración Pública andaluza como consecuencia, fundamentalmente, del aumento de los gastos públicos en Enseñanza, Sanidad y Servicios sociales.

Por tanto, podemos decir que Andalucía ha venido experimentando en estas últimas décadas un proceso de terciarización en su economía, pero que ésta presenta una serie

de peculiaridades que la diferencian del resto de las economías de su entorno. Así, como ya demostraron anteriormente otros autores, y hemos corroborado nosotros en nuestro análisis, en Andalucía el paso a una “economía de servicios” se ha producido sin mediar los procesos de industrialización y desindustrialización habidos en las “economías centrales”, conformándose un Sector Servicios cuya función dentro de la economía regional es diferente al de dichas “regiones centrales”.

La productividad de los servicios andaluces, no sólo es menor que la de las “regiones centrales”, sino que además podemos decir que es muy baja, lo que da a entender que su naturaleza es distinta y que su función también es diferente a la que desarrolla en las “regiones centrales” en las que la relación industria-servicios responde a una necesidad del propio proceso de acumulación de capital, de modo que los servicios facilitan la reproducción y ampliación del proceso productivo, es decir, el desarrollo del Sector Servicios permite mantener la rentabilidad del capital, teniendo por tanto un papel regulador.

Por tanto, en las sociedades industriales el Sector Servicios es necesario para permitir la organización de la producción y la distribución de los productos que proceden del resto de la economía, principalmente de la Industria, de forma que en el paso de la población de la Industria a los Servicios se da un cierto equilibrio entre ambos sectores.

En Andalucía, continuando con el análisis realizado por Delgado, podemos decir que el Sector Servicios tiene un desarrollo “anacrónico”, debido fundamentalmente a que el capital andaluz, dado que le resulta imposible competir con la Industria de las “regiones centrales”, se ve obligado a orientarse hacia actividades de acceso más fácil, como la Construcción y los Servicios. A su vez, la falta de ese Sector Industrial capaz de absorber los excedentes de mano de obra de la Agricultura, da lugar al nacimiento y crecimiento de un Sector Servicios en el que se desarrollan principalmente aquellas actividades con una productividad muy baja, como evidencian los índices de especialización que hemos obtenido en esta región y los obtenidos para las “regiones centrales”.

Así pues, aunque el peso del Sector Servicios es superior en Andalucía que en algunas “regiones centrales” –como por ejemplo Cataluña-, la diferencia de este sector en ambas regiones es más bien cualitativa. Así, mientras en Cataluña la inversión en las actividades de servicios es un gasto productivo, realizando el papel de buscar salidas a la producción industrial; en Andalucía el desarrollo de este sector representa un refugio para capitales y mano de obra desocupados, según se puede deducir del gran volumen relativo de la fuerza de trabajo que ocupa, junto a su baja productividad.

Una cuestión importante es la especialización andaluza en ciertas actividades dentro del Sector Servicios, que no coinciden precisamente con las que se dan en las regiones consideradas como “más desarrolladas” en nuestro país. En Andalucía las actividades dentro del sector que han conocido una mayor especialización han sido las relacionadas con el comercio, con el sector público y con el turismo. En cambio, las consideradas dentro del grupo de “servicios a la producción”, y principalmente los “Servicios Avanzados a las Empresas” se encuentran poco integradas con el conjunto del sistema productivo andaluz.

Por lo que respecta al empleo en los Servicios, hemos comprobado que este sector no es la panacea a los problemas de empleo existentes en nuestra región. Precisamente, este

sector concentra unos importantes porcentajes de empleo “precario”, al ser un sector en el que han proliferado las nuevas fórmulas “flexibles” de contratación laboral, como el empleo temporal, a tiempo parcial y en el domicilio. Estas fórmulas se concentran principalmente en el empleo femenino, que ocupa un porcentaje muy importante en este sector.

También hemos comprobado que existe una distribución territorial desigual de estas actividades dentro de la región. Así, en el análisis provincial, demostramos que dos provincias –se podría decir incluso dos ciudades- son las que concentran la mayor parte del empleo y la producción terciaria en Andalucía. Málaga es, con diferencia, la provincia más terciarizada, tanto en términos de producción como de empleo, debido principalmente a las actividades relacionadas con el turismo –Hostelería y restauración-. Seguidamente está Sevilla, que ocupa la primera posición en la distribución porcentual del VAB y del empleo en todas las ramas de servicios, excepto en Hostelería y restauración y en Alquiler de inmuebles –en las que es superada por Málaga-.

El análisis de la estructura productiva andaluza a través de las Tablas Input-Output viene a corroborar lo expresado anteriormente. Por un lado, observamos que Andalucía se especializa en las actividades primarias y, ante la ausencia de un Sector Industrial fuerte, en el Sector Servicios. Pero dentro de los Servicios, en las actividades más tradicionales y de menor generación de valor añadido: Servicios públicos, Comercio y Hostelería. Por otro lado, comprobamos que existe un aumento importante –de algo más de 13 puntos porcentuales- en la proporción de la producción del Sector Servicios sobre la producción total andaluza, debido al descenso en la Agricultura y, sobre todo, en la Industria.

La producción en los Servicios en Andalucía está más orientada hacia la demanda final que en el conjunto de la economía española, y, consecuentemente, menos integrada con el resto del sistema productivo –en 1995 los Servicios en Andalucía destinan el 71% de su producción total a la demanda final, frente al 66’6% en España-. Esto, en parte, es consecuencia de la especialización andaluza en las actividades comentadas anteriormente: Servicios públicos, Comercio y Turismo, y su menor especialización en las actividades de servicios a la producción, que son los destinados a la demanda intermedia.

Pero, el mencionado aumento en el porcentaje de la producción de los Servicios sobre el total, ha venido acompañado de un cambio en su estructura, de modo que en 1995 parece estar más integrada con el resto del sistema productivo. Por un lado, ha aumentado la proporción de la producción de Servicios que corresponde a los inputs intermedios, que pasa del 27’1% en 1980 –bastante inferior a la proporción en España: 33’3%- al 35’1% en 1995 –similar a la media española: 35’5%- . Dicho aumento se produce en todas las ramas, con la única excepción de “Educación”. Por otro lado, también ha aumentado la proporción destinada a demanda intermedia –la oferta interior de los Servicios andaluces destinaba el 24’5% a demanda intermedia en 1980 y el 26’8% en 1995-, aunque sólo tres ramas han mostrado una reorientación hacia la demanda intermedia en el período analizado: “Transportes”, “Correos y telecomunicaciones” y “Servicios personales e industriales”. Este aumento ha sido bastante inferior al de la media española, que ha pasado del 26’6% al 32%.

El aumento en la proporción del empleo de los Servicios sobre el total –18’1 puntos porcentuales- ha sido superior al de la producción. El mayor peso del empleo en los

Servicios en 1980 se debía al empleo no asalariado, pero en 1995 representa prácticamente la misma proporción que el asalariado. Podemos decir por tanto, que el aumento en el empleo en los Servicios se ha debido fundamentalmente al aumento en el número de asalariados, que se ha producido principalmente en las ramas de “Comercio” y “Hostelería y restauración”.

A lo largo de los 15 años transcurridos entre 1980 y 1995 ha aumentado la participación de los inputs de Servicios en el total de los inputs intermedios –pasa del 34% al 48’4%- Pero, este aumento en las interrelaciones en las actividades de Servicios se producen principalmente con las actividades del propio sector –pasa del 60’5% al 76’5%-. Sin embargo, permanece prácticamente igual para la Industria –23’2% y 23’8%, mientras que en España sí ha crecido, pasando del 17’8% al 27’4%-. De esta situación parece que podemos deducir que se produce un “efecto de autoalimentación” en el Sector Servicios, fenómeno que cuestiona la posible imbricación entre el Sector Industrial y los Servicios como fuente de explicación del proceso de terciarización de la economía andaluza.

De la relación entre inputs terciarios interiores y totales en las distintas ramas productivas, deducimos que, al haber disminuido en el período analizado en las ramas del primario y de la industria, el sistema productivo andaluz ha necesitado importar más inputs terciarios para cubrir la demanda intermedia en dichas ramas.

Por su parte, del análisis de la orientación intermedia del output interior de Servicios hacia los cuatro sectores tradicionales, concluimos que la mayor orientación hacia la demanda intermedia del output terciario no se ha debido a un aumento en su destino a la demanda industrial –su proporción desciende en el período considerado, pasando del 8’7% al 4’2%, cuando en España aumenta del 8’8% al 9’3%-, sino al aumento en su destino a la demanda intermedia del propio Sector Servicios –pasa del 13’3% al 20’3%- Es decir, se confirma el comentado proceso de “autoalimentación”. Podemos decir que, más que de integración de los Servicios con el sistema productivo andaluz, podemos decir que lo que se produce es una mayor integración de este sector consigo mismo.

Por otro lado, los índices de terciarización del Sector Industrial dan evidencias de que el aumento de la terciarización industrial en Andalucía tiene como consecuencia el aumento de la cuota de *inputs* terciarios importados, y los servicios procedentes de la interior parecen ser servicios con un bajo nivel de especialización, confirmando para el período que abarca hasta 1995 lo que ya concluyeron Cuadrado y Allende hasta 1990.

En el análisis detallado por ramas de la distribución de los consumos intermedios de Servicios volvemos a comprobar que la parte más importante de los inputs intermedios de las ramas de Servicios proceden del propio Sector Servicios. Por su parte, la producción de Servicios destinada a la producción industrial –incluyendo Energía y Construcción- ha descendido en estos 15 años, poniendo de relieve la creciente importancia de las relaciones servicio-servicio. Las únicas ramas de Servicios para las que se ve incrementada la proporción de demanda intermedia por parte de la Industria sobre la demanda total de Servicios son las de “Correos y telecomunicaciones” y “Transportes y actividades anexas”.

A partir de los coeficientes técnicos comprobamos que la Industria es el sector que más consumos intermedios de su propio sector utiliza por cada unidad de producción. En

todas las ramas de Servicios han aumentado los consumos intermedios realizados a la propia rama, disminuyendo la proporción de consumos intermedios de otros sectores.

A través del análisis de la matriz inversa, tanto en 1980 como en 1995, con ligeras variaciones, aparecen como ramas con mayores efectos de impulso y arrastre, junto a “Intermediación financiera”, una serie de ramas industriales, coincidentes con las denominadas “industrias de enclave” en nuestra región: “Química”, “Industrias extractivas”, “Refino de petróleo”. Sin embargo, del cálculo de los índices de sensibilidad y de poder “corregidos” –es decir, teniendo en cuenta la producción interior y ponderando por la demanda final- las ramas con mayor efecto de arrastre e impulso en la economía andaluza son las pertenecientes al Sector Servicios –aunque no en este caso la de “Intermediación financiera”- así como “Agricultura y ganadería”, “Construcción” y algunas ramas de Industria Agroalimentaria.

Por último, del análisis de los Servicios Avanzados a las Empresas a través de las Tablas Input-Output de 1995, podemos concluir que este sector está aún poco desarrollado en nuestra región. Por un lado, las conexiones con el resto del sistema productivo andaluz son débiles, y se observa una importante dependencia exterior medida a través de las necesidades de importación de dichos servicios para satisfacer la demanda interna.

Centrándonos en los Servicios a las Empresas, hemos de decir que en la economía global en que estamos “viviendo”, estas actividades aparecen como elementos fundamentales, y cada vez más imprescindibles, para la “necesaria” adaptación de la empresa a los requerimientos del mundo actual. Estos servicios proporcionan “flexibilidad” a las empresas que pretenden crecer en los mercados, y ello a través de diferentes vías. Concretamente, en el caso de los Servicios Avanzados a las Empresas, que son los que se han analizado específicamente para el caso de Andalucía, algunos de ellos –Estudios de mercado, Organización de empresas, Control de gestión, etc.- permiten orientar la estrategia empresarial hacia las decisiones más adecuadas en un contexto en constante cambio. Otros –Gestión de la calidad, Asesoramiento en comercio exterior, Planificación estratégica, etc.- mejoran el conjunto del proceso productivo, tanto en la planificación, organización, como en la comercialización y servicios posventa.

En general, podemos decir que el sector de SAE en Andalucía, a pesar de que parece mostrar un mayor dinamismo en estos últimos años, con la constitución de nuevas empresas y el aumento del número de personas que trabaja en el sector, se muestra aún por debajo de los niveles que podría alcanzar, si las empresas andaluzas fuesen más proclives a externalizar estos servicios, y si las empresas exteriores que poseen establecimientos en Andalucía, demandasen a empresas andaluzas. Muchas empresas andaluzas se muestran aún reacias a externalizar algunas de estas funciones y, en muchos casos, ni siquiera se plantean utilizarlas, ya sea debido a que consideran que suponen unos costes que no pueden asumir, o porque no ven la necesidad o la importancia de las mismas. Por otro lado, las grandes empresas, pertenecientes a grupos internacionales, se aprovisionan de estos servicios, fundamentalmente de la sede central –ubicada fuera de Andalucía-, o los contratan a las grandes empresas del sector, ninguna de las cuales son andaluzas.

A partir de las entrevistas realizadas a las empresas del sector, hemos presentado algunas de sus principales características. Como resultado de este estudio podemos

destacar algunos hechos significativos en la estructura y en el comportamiento empresarial en este sector:

- Estas empresas se caracterizan por la heterogeneidad. Por una parte, existe un grupo consolidado de empresas, con una estructura orgánica sólida y una presencia continua en el mercado, que suelen coincidir con las empresas de mayor dimensión, tanto en número de trabajadores como por volumen de facturación, y también suelen tener su sede central fuera de Andalucía. Por otra parte, se encuentra otro conjunto de empresas y de profesionales, que es el grupo más numeroso, y que tienen una estructura más inestable, y en el que se producen numerosos movimientos de entrada y salida del mercado.
- En muchos casos, estas empresas se tienen que adaptar a una demanda muy específica y personalizada, para lo que en la mayoría de las ocasiones, características como la flexibilidad y la calidad tienen más importancia que los precios.
- Existencia de una fuerte dependencia exterior, papel central de Sevilla a escala regional y escasa presencia de las empresas locales en los mercados externos. En la mayoría de los casos en que la empresa tiene su sede fuera de Andalucía, el o los establecimientos ubicados en Andalucía dependen de la sede para la prestación del servicio –esto ocurre en el 68% de los establecimientos de este tipo que hemos entrevistado–, realizándose aquí el mantenimiento del contacto directo con el cliente. La mayoría de estas empresas se concentran en Sevilla, como hemos visto en el análisis sobre su localización. También hemos comprobado que la mayoría de las empresas andaluzas destinan su producción al mercado regional –el 59% sólo trabaja en Andalucía y el 96% destina más del 50% de su facturación a empresas andaluzas. Tan sólo un 8% dice tener algún cliente fuera de España–.
- El perfil de empresa está formado por un reducido equipo humano, constituido en los últimos diez o quince años, en un gran centro urbano de la región y con un nivel de cualificación muy superior al del resto de empresas.
- También observamos una situación de dualidad respecto a la dependencia o no de un/os cliente/s principal/es. Por un lado, hay empresas que tienen una cartera muy diversificada de clientes, que van variando en función de una serie de circunstancias. Por otro lado, existen algunas empresas que dependen de un cliente principal (la mayoría de las veces la Administración Pública), o de un número reducido de clientes.

Todas estas características generales a las que hemos hecho referencia, son en gran medida las que definen a este sector, coincidiendo con las que ya pusieron de manifiesto otros autores en sus estudios de otras regiones. Ahora bien, si entramos a analizar con más detalle las peculiaridades de este sector en Andalucía, encontraremos una serie de hechos diferenciales, que hacen que la evolución y el comportamiento del mismo difiera del de otras áreas, principalmente de las denominadas “áreas centrales”.

Si atendemos al origen de estas empresas, también en este caso podemos distinguir dos tipos. De un lado, las empresas pequeñas y medianas, generalmente comenzaron de la mano de un profesional –la persona que dirige la empresa– que imprime su carácter

personal a la empresa, y que en la mayoría de los casos produce que la mayor o menor capacidad de innovación y ajuste a los movimientos del mercado por parte de la persona fundadora, condicione la posibilidad de evolución de la empresa. Por otro lado, las empresas grandes son, prácticamente en todos los casos, grandes empresas nacionales o multinacionales, que en su día decidieron instalar una delegación en Andalucía buscando la cercanía al cliente ante el aumento en la demanda de sus servicios. En este último caso, los establecimientos de Andalucía dependen en la mayor parte de sus actuaciones –como ya dijimos esto ocurre en el 68% de los casos-, de las decisiones tomadas en la sede central –fuera de Andalucía-.

Es interesante destacar el caso de las empresas de Ingeniería. Exceptuando las empresas cuya sede está fuera de Andalucía, el subsector en nuestra región sigue formado por empresas pequeñas –cabe destacar como excepción el caso de AYESA¹- con capacidad para prestar servicios poco evolucionados o muy especializados y particulares. Para la prestación de servicios que requieren la introducción de tecnologías punta o de servicios que afectan al conjunto del sistema de producción de una empresa mediana o grande, se debe acudir a empresas nacionales o internacionales que posean delegaciones en nuestra región.

En el caso de los servicios de Formación y Selección de personal, hay que decir que en Andalucía existen empresas de servicios de personal, de tamaño medio-grande, establecidas en la región desde hace algún tiempo, que son capaces de prestar estos servicios con un buen nivel de calidad. Sin embargo, principalmente para los servicios de formación, los centros de las mayores ciudades españolas como Madrid y Barcelona, por diversas razones de prestigio, fundamentalmente, provocan una atracción sobre las empresas demandantes –no nos referimos a las pequeñas que no pueden acudir a estas empresas de fuera- que hacen que éstas prefieran la oferta de los centros radicados en estas ciudades.

En general se observa una correspondencia entre el tamaño de las empresas oferentes y las demandantes, en el sentido de que las empresas pequeñas que demandan estos servicios suelen ser atendidas por pequeñas empresas oferentes y las grandes suelen acudir a las grandes empresas de servicios. Esto en principio parece lógico si se aceptan los tópicos de que las grandes empresas no tienen un “lenguaje” adecuado a las pequeñas y que sus precios son prohibitivos para éstas.

Además de estas dos posibles razones, otro factor que se podría considerar es que el nivel de gestión, tanto empresarial como tecnológico, de las pequeñas empresas suele ser muy bajo, en relación con los desarrollos más innovadores, por lo que estas empresas demandan, exclusiva o principalmente, servicios “primarios” –más propios de gestión que de consultoría y desarrollo tecnológico- y para resolver problemas inmediatos –como el cumplimiento de obligaciones legales-, que servicios relacionados con decisiones estratégicas de las empresas.

¹ Aguas y Estructuras, S.A. es una empresa dedicada a la realización de estudios y proyectos técnicos de ingeniería civil, creada en 1966, cuya sede está en Sevilla –actualmente se encuentra sita en el recinto de La Cartuja-, que factura alrededor de los 1000 millones de pesetas al año, y emplea a unos 120 trabajadores. Es el único caso de las empresas entrevistadas de este tamaño que tiene su sede en nuestra región.

Como hemos venido indicando en el último capítulo, el sector de Servicios Avanzados a las Empresas presenta en Andalucía una serie de características que son comunes al comportamiento de este sector en otros espacios. Sin embargo, también existen algunas particularidades específicas del sector en esta región, y que parecen estar relacionadas con la estructura productiva de la misma, pero también con una serie de condicionantes históricos y culturales que han desembocado en una situación de desarticulación del sistema productivo y de dependencia exterior a la hora de realizar cualquier tipo de decisión que afecta a la evolución social y económica de esta región.

Resumiendo, las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía se pueden dividir en dos categorías. Un reducido número de empresas medianas o grandes –las empresas grandes representan el 8% del total de empresas, sin embargo suponen el 76% de la facturación-, que cuentan con los medios necesarios para acaparar un porcentaje importante de mercado y para incorporar los últimos avances tecnológicos, y que tienen la posibilidad de ofrecer servicios personalizados, pero también cuentan con las bases para poder llevar a cabo procesos de estandarización de procesos y productos, imprescindibles para alcanzar la viabilidad a largo plazo. Estas empresas suelen tener sus sedes centrales fuera de Andalucía –sólo una de estas empresas estudiadas posee su sede en Andalucía-, lo que significa que las decisiones empresariales que afectan a esta parte fundamental del sector son tomadas en ámbitos externos a la región. Suelen ser empresas bastante consolidadas, en el sentido de llevar varios años funcionando en el mercado –el 50% iniciaron su actividad antes de 1980-, pertenecientes en su mayoría a grupos empresariales –el 62'5%-, así como a redes o asociaciones –el 88'5%-. Todas ellas contemplan planes de expansión, principalmente abrir nuevos mercados y ampliar la gama de servicios. El 50% participa en el capital de otras empresas.

Por otro lado, un grupo numeroso de pequeñas empresas –representan el 47%, aunque sólo suponen el 3'1% de la facturación-, muchas de ellas de carácter personal, las cuales no tienen posibilidades ni de acometer procesos de estandarización, ni de alcanzar economías de escala en un horizonte temporal de corto plazo –el 84% dice ofrecer servicios personalizados-, y que no están en condiciones de competir en la prestación de servicios específicos, con las empresas del otro grupo. Su opción se encuentra en la pequeña empresa de carácter local, que no tiene posibilidad de acudir a la empresa más grande, y que además, prefiere una empresa más próxima a su entorno para efectuar su demanda de servicios. El inconveniente es que la demanda de este tipo de empresas pequeñas es muy escasa y poco diversificada, y no ofrece la posibilidad de obtener economías de escala. Además, es una demanda bastante inestable, que en momentos de crisis suele prescindir de este tipo de servicios.

El nuevo contexto en el que se sitúa la economía andaluza, en el que existe una progresiva apertura exterior del mercado regional de servicios, que permite la expansión y la penetración de las grandes compañías multinacionales, parece apuntar hacia una mayor pérdida del potencial endógeno de esta región, destacando la pérdida de la capacidad de adquirir iniciativa y control de la oferta de servicios estratégicos y la pérdida del acceso al conocimiento tecnológico, agravada por la situación de marginación frente a las redes productivas y comerciales, junto a la intensificación de la competencia directa por estas compañías procedentes de fuera de Andalucía. Frente a ello, las empresas andaluzas de Servicios Avanzados, además de las deficiencias estructurales que las caracterizan: reducida dimensión empresarial, fuerte dependencia del mercado local, etc., no son capaces de producir una actitud positiva de respuesta ante esta situación, como revelan las respuestas de las expectativas o previsiones

empresariales de las mismas para un futuro inmediato –el 36% de las mismas dice que no contemplan planes de expansión-..

Por otro lado, la fuerte dependencia de la Administración pública como cliente principal, y en algunas empresas único, hace que este sector se encuentre a expensas de decisiones políticas.

Hemos comentado, refiriéndonos a numerosos trabajos existentes a este respecto desde diversas realidades espaciales, que las actividades de servicios y, especialmente, los Servicios Avanzados a las Empresas tienden a concentrarse en las “regiones centrales”, en las que los factores de localización están presentes. Las regiones “periféricas” como Andalucía, tienen unas limitadas participaciones sobre los totales nacionales. Andalucía no es una región con un fuerte poder de atracción sobre las nuevas delegaciones territoriales de las empresas que deciden instalarse en España, o sobre las que deciden expandirse. Así, del total de empresas entrevistadas, sólo un 17% tiene su sede central fuera de Andalucía. La mayoría de estas delegaciones proceden de empresas cuya sede central se encuentra en Madrid.

Pero, a su vez, dentro de una región, como hemos visto en nuestro estudio, existen zonas de alta concentración de las pocas o muchas actividades de estos servicios que se pueden adquirir en dicha región. Así, como hemos visto en Andalucía, Sevilla capital y su área metropolitana concentran la mayor parte de los establecimientos de estos servicios –concretamente el 44%, de los que el 35% corresponde a Sevilla capital y el 9% restante a la provincia-, quedando amplias zonas de la región totalmente desabastecidas de los mismos. Esto da lugar a que los desequilibrios existentes a escala nacional se repitan en el ámbito regional.

En los empresarios de Andalucía, aunque no sólo sucede aquí, parece que falta una “cultura de servicios” que, tanto por parte de los que ofrecen, como por parte de los que demandan, redunde en un avance de estas actividades en esta región. Las empresas que ofrecen estos servicios deberían adaptarse a las necesidades de las empresas a las que sirven, ofreciendo servicios más económicos y accesibles, en suma, más adecuados a las posibilidades de las pequeñas y medianas empresas, que al fin y al cabo son sus principales demandantes. A su vez, el conjunto de empresas debería habituarse a adquirir servicios que les ayuden a adaptarse a los requerimientos de competitividad actuales, entendiendo que la inversión que están realizando es necesaria, además de rentable en la mayoría de los casos.

Como concluimos en un trabajo sobre la “cultura empresarial” en Andalucía, cada vez se es más consciente de que la economía es un aspecto más de la realidad social, realidad en la que la cultura juega un papel determinante, condicionando el desarrollo de muchos aspectos de lo económico. Por ello, la existencia de ciertas creencias, hábitos, etc., en una sociedad, pueden facilitar o dificultar el desarrollo de los modos de organización de la producción. Debido a esta interrelación entre cultura y economía, el desarrollo de ciertas actividades es más fácil en ciertos lugares en los que se dan una serie de condiciones sociales y culturales propicias (por ejemplo el caso de los distritos industriales de la “Tercera Italia”).

Así, en Andalucía existe una “cultura” que propicia el desarrollo de un determinado tipo de actividad y no otro. Esta cultura depende de la historia de Andalucía, pero no sólo de la más lejana (influencia árabe, etc.), sino también de su historia más próxima. En estas

últimas décadas, el modelo de desarrollo seguido a nivel nacional ha condicionado la posición de Andalucía frente al resto de España, de manera que, a pesar de contar en principio con una riqueza natural de recursos productivos (mano de obra, tierra fértil, condiciones climatológicas y geográficas favorables, riqueza en muchas materias primas, etc.), Andalucía se configura como una región dependiente del exterior. A su vez, esta situación de dependencia de Andalucía marca la cultura andaluza, haciendo que los rasgos que definen la identidad de Andalucía se diferencien grandemente de los valores dominantes en el sistema.

Como hemos comentado, Andalucía se ha convertido en estas últimas décadas en una economía de servicios, en el sentido de que el empleo y la producción en éstos representa más del 50%. Pero no todas las actividades dentro de los servicios evolucionan de la misma manera. A lo largo de estos años en que se han producido importantes procesos de reestructuración productiva a escala mundial, y que van a marcar la posición de la economía andaluza en la división internacional del trabajo, no se han producido cambios relevantes en la estructura de nuestro Sector Servicios, en el que seguimos especializados en las actividades relacionadas con el Sector Público y con el comercio y turismo, actividades estas últimas en las que se refugia la mano de obra desplazada del campo y que no encuentra un Sector Industrial en el que ocuparse, perviviendo de esta forma un desempleo encubierto. Sin embargo, los Servicios Avanzados a las Empresas no gozan de un desarrollo equivalente al de otras regiones más desarrolladas de nuestro país, o de otros países.

A partir de las entrevistas realizadas a empresarios y empresarias de empresas de Servicios Avanzados en Andalucía podemos concluir que la “cultura empresarial” en relación con este tipo de actividad es todavía bastante baja en comparación con otras regiones, como Cataluña, Madrid o País Vasco. Sin embargo, en estos últimos años parece que se han producido algunas mejoras significativas. El principal problema del empresario en Andalucía es, según nos comentan ellos mismos, la baja formación y la falta de información, así como la falta de visión empresarial, de manera que prefieren ahorrar costes no demandando todos los servicios que realmente necesitarían para mejorar la eficiencia y la competitividad de sus empresas, porque no le dan a estos servicios la importancia que realmente tienen. En muchos casos piensan que los pueden realizar ellos mismos en lugar de demandarlos a las empresas especializadas.

La gran mayoría de las empresas del sector cree que el mercado de los Servicios Avanzados a las Empresas tenderá a crecer en un futuro próximo, crecimiento que podrá hacerse más importante a medida que se incremente la “externalización” de la demanda de estos servicios por parte de las empresas usuarias. Entre las potencialidades del sector está la calidad de los servicios ofrecidos, la especialización en ciertos servicios, así como la existencia de una gama bastante diversificada de servicios junto a la oferta de servicios innovadores.

Las principales debilidades del sector vienen dadas por la falta de acuerdos de cooperación y la falta de coordinación entre los oferentes de los mismos tipos de servicios, produciéndose duplicidades y existiendo competencia desleal en algunos campos. Asimismo, la forma de financiación de las actividades de la empresa, y la dependencia en muchos casos de las ayudas públicas, representan puntos débiles del sector.

Otros puntos débiles vienen dados por la falta de desarrollo de una demanda local de estos servicios, lo que se une a la poca confianza, en muchos casos, de los propios empresarios andaluces para competir con las empresas de fuera para abastecer a las empresas más grandes. Este aspecto es matizable, pues muchas veces, por muy convencido que esté el empresario de que puede ofrecer un servicio de igual calidad que una empresa de fuera, las grandes empresas tienden a contratar el de fuera por diversos motivos ajenos a la empresa oferente: el centro de decisión de la empresa cliente se encuentra por ejemplo en Madrid y le resulta más cómodo acudir a una empresa situada allí; en muchos casos en las grandes empresas, de cara a los accionistas parece que queda mejor contratar ciertos servicios a empresas de fuera más conocidas y reconocidas, etc.

La dependencia casi exclusiva, o al menos en un alto porcentaje de la facturación, de un único cliente, o pocos clientes, representa también una debilidad, ya que si por motivos ajenos a la empresa de Servicios Avanzados, una empresa cliente principal tiene dificultades o decide disminuir o eliminar su demanda de estos servicios, provocaría el descalabro irremediable de la misma, al no poder cubrir la pérdida de dicho cliente cuyo volumen de facturación es imprescindible para la marcha de su actividad.

Principales potencialidades y debilidades del sector en Andalucía.

Potencialidades	Debilidades
- Alta calidad de los servicios ofertados.	- Falta de acuerdos de cooperación y de coordinación entre oferentes.
- Especialización en algunos tipos de servicios.	- Alta dependencia de las ayudas públicas en muchos casos.
- Existencia de una gama diversificada de servicios.	- Debilidad de la demanda local de estos servicios.
- Oferta de servicios innovadores.	- Falta de convencimiento a la hora de competir con las empresas de fuera.
- Elevada cualificación del personal.	- Fuerte dependencia, en ciertos casos, de algún cliente principal para el desarrollo de la actividad de algunas de estas empresas.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

BIBLIOGRAFÍA

- **AGLIETTA, M. (1976)**, *Régulation et crises du capitalisme. L'expérience des États-Unis*. Calmann-lévy. Consultada la edición en castellano: *Regulación y crisis del capitalismo. La experiencia de los Estados Unidos*. (1991). Siglo veintiuno editores. Méjico, España, Argentina, Colombia.
- **AHARONI, Y. (Ed.) (1993)**, *Coalitions and competition: the globalization of professional business services*. Routledge. Londres y New York.
- **ALAEZ ALLER, R. (1992)**, “Las PYMES: una opción suficiente para el desarrollo regional en la era de la globalización económica” en *Economía Industrial*, Marzo-Abril, páginas 71-84.
- **ALCAIDE, C. (1987)**, “El proceso de “terciarización” de la economía española” en *Economistas* nº 29.
- **ALCAIDE, J. (1990)**, “Estadísticas españolas en el sector servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 121-122.
- **ALCAIDE, J. (1992)**, “Evolución de los sectores industrial y de servicio” en *Papeles de Economía Española* nº 50.
- **ALCHIAN Y DESMETZ (1972)**, “Production, Information Costs, and Economic Organization” en *American Economic Review*, Vol.62. (Referencia tomada de Martinelli (1991a).
- **ALONSO, F. y GÓMEZ DEL MORAL, M. (1996)**, “El conocimiento de la economía regional a través de la contabilidad regional”, en *Papeles de Economía Española* nº 67, páginas 46-62.
- **ALONSO, L.E. (2000)**, *Trabajo y postmodernidad. El empleo débil*. Ed. Fundamentos.
- **ALONSO, L.E. y COROMINAS, D. (1995)**, “Estado y mercado en el contexto de la “glocalización”: un ensayo de interpretación sobre el modelo social madrileño”, en *Economía y Sociedad* nº 12, páginas 69-91.
- **ALONSO, L.E. y CONDE, F. (1996)**, “Las paradojas de la globalización: la crisis del estado del bienestar nacional y las regiones vulnerables” en *Revista de Estudios Regionales* nº44, páginas 87-124.
- **ÁLVAREZ PERLA, (1996)**, “Los Servicios a la Producción y el Desarrollo Regional en Castilla y León.” *III Jornadas Castellano-Leonesas de Ciencia Regional*. Asociación Castellano-Leonesa de Ciencia Regional, páginas 93-108.
- **AMIN, A. (Ed.) (1994)**, *Post-fordism*. Blackwell. Oxford UK & Cambridge USA.
- **AMIN, A. y THRIFT, N.J. (Eds.) (1994)**, *Globalization, institutions, and regional development in Europe*. Oxford University Press, Oxford.
- **AMIN, A. y ROBINS, K. (1994)**, “El retorno de las economías regionales. Geografía mítica de la acumulación flexible”, en BENKO y LIPIETZ (1994), páginas 123-158.
- **AMIN, A. y TOMANEY, J. (Eds.) (1995)**, *Behind the myth of european union*. Routledge. London and New York.
- **AMIN, S. (1974)**, *La acumulación a escala mundial: Crítica de la teoría del subdesarrollo*. Ed. Siglo XXI.
- **AMIN, S. (1975)**, “Una crisis estructural” en *La crisis del Imperialismo*. Ed. Fontanella. Barcelona.
- **AMIN, S.; BETTELHEIM, CH.; EMMANUEL, A. y PALLOIX, CH. (1990)**, *Imperialismo y comercio internacional. El intercambio desigual*. Siglo Veintiuno Editores. 11ª edición. México.
- **ARGANDOÑA, A. (1990)**, “Regulación y desregulación de los servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 218-235.

- **ARMISTEAD, C. (Ed.) (1994)**, *The Future of Services Management*. Kogan Page. London.
- **ARRAZOLA, M. y MATO, G. (1990)**, "Algunas características de las empresas de servicios" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 240-249.
- **ASHER, M. (1996)**, *Managing Quality in the Service Sector*. Kogan Page. London.
- **ASIÁN, R. (1999)**, "Tertiaryisation of the Andalusian economy? The Andalusian economic structure and the services in the globalisation", *IX Conferencia Internacional de RESER* celebrada en Alcalá de Henares del 7 al 9 de Octubre.
- **ASIÁN, R. (2000a)**, "Situación de las estadísticas regionales en el sector servicios: una llamada de atención sobre la falta de estadísticas en los Servicios a las Empresas en Andalucía", *Revista de Estudios Regionales* nº57, páginas 101-129.
- **ASIÁN, R. (2000b)**, "¿Terciarización de la economía andaluza? La estructura productiva andaluza y los servicios en la globalización" en *Revista de Estudios Regionales* nº 58, páginas 79-111.
- **ASIÁN, R. (2000c)**, "Los servicios y su distribución territorial" en *VII Jornadas de Economía Crítica*, celebrada en Albacete del 3 al 5 de Febrero.
- **ASIÁN, R. (2000d)**, "¿Terciarización de la economía andaluza?" en *Desde el Sur, Cuadernos de Economía y Sociedad* nº 6, páginas 1-33. Ed. Grupos de Investigación: Seminario de Economía Política; Trabajo, Economía y Sociedad (TES) y Análisis Regional y Economía Andaluza (AREA). Universidades de Málaga y Sevilla.
- **ASIÁN, R. (2000e)**, "The Andalusian culture and its implications in the evolution of the service activities: is the entrepreneurial culture a determining factor in the present condition of the advanced business services in Andalusia?", *X Conferencia Internacional de RESER*, en Bergen los días 6 y 7 de Octubre.
- **ASIÁN, R. (2001)**, "La especialización en las actividades de servicios en la economía andaluza", *IV Congreso de la Asociación Andaluza de Ciencia Regional* celebrado en Almería del 13 al 15 de Diciembre.
- **ASIÁN, R. y CAMPAYO, C. (2001)**, "The New Information and Communication Technologies and Service Activities: The Case of the Malaga Harbour Special Plan", *XI Conferencia Internacional de RESER* celebrada en Grenoble los días 25 y 26 de Octubre.
- **ASIÁN, R. (2002a)**, "La variable territorio en la relación de los Servicios Avanzados a las Empresas con el desarrollo regional" en *VIII Jornadas de Economía Crítica*, celebrada en Valladolid del 28 de Febrero al 2 de Marzo.
- **ASIÁN, R. (2002b)**, "La integración de los servicios en el sistema productivo andaluz", *XVI Reunión ASEPELT* celebrada en la Universidad San Pablo Ceu (Madrid) los días 20 y 21 de Junio.
- **AURIOLES, J., CUADRADO, J.R. y OTROS (1985)**, *Cuentas económicas de Andalucía. Tabla input-output y contabilidad regional. Año 1980*. Banco Bilbao-Andalucía, Junta de Andalucía, Cajas Rurales Provinciales de Andalucía e Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Sevilla, Madrid.
- **ÁVILA, A.M.; CASTILLO, J.A. y DÍAZ MIER, M.A. (1994)**, *Regulación del comercio internacional tras la Ronda de Uruguay*. Edit. TECNOS, S.A.
- **AYDALOT, Ph. (1983)**, "La division spatiale du travail", en PAELINCK, J.H.P. y SALLEZ, A., *Espace et Localisation*. Ed. Economica. París.
- **AYDALOT, Ph. (1986)**, "Les technologies nouvelles et les formes actuelles de la Division Spatiale du Travail". *Dossier du Centre Economie-Espace-Environment* nº 47, Université de Paris I.
- **BACON y ELTIS (1976)**, *Britain's economic problem: too few producers*. MacMillan. Londres.

- **BADE, J.F. (1985)**, *Changes in the Structure of the Economy and Its Spatial Implications*. Berlino, Deutsches Institut fur Wirtschaftsforschung. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a)
- **BAILLY, A. (1994)**, “Évolution des systèmes de production et des localisations des activités de services: ving cinq ans au service des services” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dirs.) (1994), páginas 109-120.
- **BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1988)**, *Le secteur tertiaire en question*. Ed. Economica. París.
- **BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1989)**, “Servicios a las empresas y desarrollo regional” en *Ekonomiaz* nº 13-14, páginas 128-137.
- **BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1990a)**, “Actividades de servicios y sistemas de producción” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 40-51.
- **BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1990b)**, “Développement régional et services aux entreprises”, en BENKO, G.B. (ed.), *La Dynamique spatiale de l'économie contemporaine*, La Garenne-Colombes, éd. De l'Espace européen. (Referencia tomada de Mérenne-Schoumaker, 1996).
- **BANCEL-CHARENSOL, L. (1998)**, “Nouvelles technologies de l'information et de la communication et systèmes de production dans les services”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **BARBANCHO (GARCÍA), A. (1979)**, *Disparidades regionales y ordenación del territorio*. Ariel.
- **BARBANCHO (GARCÍA), A. (1981)**, “La población de Andalucía” en *Estructura Económica de Andalucía*. IDR, Sevilla.
- **BARCET, A. (1991)**, “Production and service supply structure: temporary and complementary relations” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 59-69.
- **BARCET, A. y BONAMY, J. (1983)**, “Différentiation des prestations de services aux entreprises” en *Revue d'Économie Industrielle*, nº 24, 2º trimestre.
- **BARCET, A. y BONAMY, J. (1985)**, “Services redus aux entreprises et dynamique du système productif” en DE BANDT, J. (1985).
- **BARCET, A., BONAMY, J. y MAYÈRE, A. (1984)**, “Les services aux entreprises: problèmes théoriques et méthodologiques” en *Recherches Economiques et Sociales*, nº 9. La Documentation Française, Paris, páginas 119-135.
- **BARCET, A. y BONAMY, J. (1994)**, “Qualité et qualifications de services” en DE BANDT, J. y GADREY, J. (Eds.) (1994).
- **BARCET, A. y BONAMY, J. (1997)**, “Servicios a empresas y eficacia del sistema productivo. De la transacción a la valorización” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 59-65.
- **BARCET, A. y BONAMY, J. (1998)**, “La valeur d'utilisation: condition de l'integration des biens et des services”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **BAREA, J. (1992)**, “La producción de servicios de no mercado por las Administraciones Públicas: introducción de la eficiencia” en *Economistas: 1991, un balance*, páginas 354-356.
- **BARÒ TOMAS, E. (1990)**, “Cambios en la interdependencia entre sectores industriales y terciarios”, *Papeles de Economía Española* nº42, páginas 193-202.
- **BAUMOL, W. (1967)**, “Macroeconomics of Unbalanced Growth: The Anatomy of an Urban Crisis”, en *American Economic Review*, nº 57, páginas 415-426.
- **BECATTINI, G. (1994)**, “El distrito marshalliano: una noción socioeconómica” en BENKO y LIPIETZ (1994), páginas 39-58.

- **BEGG, Y. (1993)**, “The service sector in regional development” en *Regional Studies* vol. 27, nº 8, páginas 817-825.
- **BELL, D. (1973)**, *The coming of post-industrial society*. Basic Books, Inc., Nueva York. Consultada la edición en castellano: *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. (1976), Alianza Editorial.
- **BENACH, N. (1995)**, “La promoción de nuevas actividades terciarias en la ciudad de Barcelona” en *Revista de Geografía*, vol. XXIX, nº 2, Julio-Septiembre 1995, páginas 7-18.
- **BENKO, G. y DUNFORD, M. (Eds.) (1991)**, *Industrial Change and Regional Development: The Transformation of New Industrial Spaces*. Belhaven Press, Londres.
- **BENKO, G. y LIPIETZ, A. (1994)**, *Las regiones que ganan*. Edicions Alfons el Magnànim.
- **BERMÚDEZ, R.M. y FERNÁNDEZ, E. (1992)**, “Estadísticas de los servicios en España” en *Situación* nº 3-4, páginas 119-135.
- **BERNAL, A. M. (1974)**, *La propiedad de la tierra y las luchas agrarias andaluzas*. Ariel.
- **BERNAL, A. M. (1979)**, *La lucha por la tierra en la crisis del Antiguo Régimen*. Taurus.
- **BERZOSA, C. (1994)**, *La economía mundial en los 90*. Economía Crítica.
- **BETTELHEIM, CH. (1958)**, “Planification et croissance économique” en *Présence Africaine*, Agosto-Septiembre. (Referencia tomada de Amin, Bettelheim, Emmanuel y Palloix, 1990).
- **BEYERS, W.B. y LINDAHL, D.P. (1994)**, “On the dynamics of producer service markets: externalization, internalization, and innovation processes”. *Symposium: Externalization or internalization of business services*, 29-30 de Mayo. University of Roskilde, Roskilde.
- **BHAGWATI, J. (1987)**, “International trade in services and its relevance for economic development” en GIARINI, O. (Ed.) (1987), *The emerging service economy*. Pergamon Press, Oxford.
- **BHAGWATI, J. y HIRSCH, M. (1998)**, *The Uruguay Round and Beyond*. Springer Verlag Berlin, Heidelberg.
- **BLAIR, R.D. y KASERMAN, D.L. (1983)**, *Law and Economics of Vertical Integration and Control*, Academic Press, New York.
- **BONAMY, J. y MAY, N. (Dir.) (1994)**, *Services et mutations urbaines*. Edi. ECONOMICA. París.
- **BONAMY, J. y MAY, N. (1997)**, “Service and employment relationships” en *Service Industries Journal*, vol. 17, nº 4, Octubre.
- **BONAMY, J. y VALEYRE, A. (1994)**, “Services, relation de services et organisation” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir.) (1994), páginas 17-34.
- **BOSCACCI, F. y CAPELLIN, R. (1990)**, *Le Imprese di Servizi alla Produzione*. IRER.
- **BOWERS, P.M. (1994)**, *Managerial Economics for the Service Industries*. Chapman & Hall. London.
- **BOWLES y GINTIS (1981)**, “La crisi dei capitalismo liberal democratico. El caso degli Stati Uniti” en *Stato e Mercato*, nº 1.
- **BOYER, R. (1986)**, *La Théorie de la régulation: une analyse critique*. La Découverte, Paris. Consultada la versión en castellano: *La teoría de la regulación: un análisis crítico*. (1994) Editorial Humanitas.
- **BOYER, R. y DURAND, J.P. (1993)**, *L'après-Fordisme*. Syros, Paris.

- **BRAÑA, J.; BUESA, M. y MOLERO, J. (1976)**, “Los orígenes del desarrollo del capitalismo en España. La formación de un capitalismo dependiente” en *Información Comercial Española*, Junio.
- **BRITTON, J.N.H. (1980)**, “Industrial Dependence and Technological Underdevelopment: Canadian Consequences of Foreign Direct Investment” en *Regional Studies*, Vol. 14.
- **BROWNING, H. y SINGELMAN, J. (1978)**, “The transformation of the U.S. Labor Force: the Interaction of Industries and Occupations” en *Politics and Society*, 3, páginas 481-509.
- **BRYSON, J.R. y DANIELS, P.W. (1997)**, “The Four Myths of Knowledge-Intensive Producer Service Research: The knowledge which producer service professionals bring to their clients”. *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **BRYSON, J.R. y DANIELS, P.W. (1998)**, “Manufacturing Matters! The Contribution Business Service Firms Make to Manufacturing Enterprises”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **BUENO CAMPOS, E. (1992)**, *La globalización de la actividad empresarial: de la internacionalización a la globalización de las actividades económicas*. IADE. Madrid.
- **CAIRNCROSS (1978)**, “What on deindustrialization?” en BLACKABY, F. (Ed.) *Deindustrialization*. Ed. Heinemann (NIESR), Londres.
- **CALZA, F. y PASSARO, R. (1994)**, “The management of logistic services: a case study in the forzen foods sector”, *Symposium: Externalization or internalization of business services*, 29-30 de Mayo. University of Roskilde, Roskilde. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **CAMACHO BALLESTA, J.A. (1999)**, *La terciarización y los cambios en las relaciones intersectoriales: especial referencia al caso andaluz*. Tesis doctoral. Editorial Universidad de Granada. Granada.
- **CAMACHO BALLESTA, J.A. y NAVARRO, J.L. (1999)**, “Productividad del sector servicios. Una perspectiva regional”. *IX Conferencia Internacional de RESER* celebrada en Alcalá de Henares del 7 al 9 de Octubre.
- **CAMAGNI, R. (1992)**, “Organisation économique et réseaux de villes” en P.-H. DERYCKE (Éd.), *Espaces et dynamiques territoriales*. Coll. “Bibliothèque de science régionale” Ed. Economica. París. (Referencia tomada de Mérenne-Schoumaker, 1996).
- **CAMPAYO, C. y ROMÁN, C. (1993)**, “El comercio y las estructuras comerciales” en MARTÍN RODRÍGUEZ, M. (Dir.) (1993), Capítulo 14, páginas 499-521.
- **CAMPAYO, C. y otros (1997)**, *Las grandes superficies comerciales y la reestructuración de la distribución comercial en Andalucía*. D.G. de Comercio, Consumo y Cooperación Económica, Junta de Andalucía.
- **CANO, G.; CAZORLA, J.; CRUCES, C.; DELGADO, M.; ESCALERA, J.; LACOMBA, J.A.; MORENO, I y ROPER, M. (2001)**, *La identidad del pueblo andaluz*. Defensor del Pueblo Andaluz, Sevilla.
- **CANO, A. (1998)**, “Análisis territorial de la actividad comercial en Andalucía”. Publicado como parte del diagnóstico de situación del *Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 1998-2001* de la Junta de Andalucía.
- **CANO, A. y SOLER, M. (1999)**, “Los cambios en la distribución comercial alimentaria y sus repercusiones en la industria agroalimentaria andaluza” en GRUPO AREA (1999).
- **CARAVACA, I. (1985)**, “Distribución espacial de la industria andaluza” en *Revista de Estudios Andaluces*, nº 5, páginas 143-158.

- **CARAVACA, I. (1999)**, “Efectos de la Globalización en el Sistema Urbano Andaluz” en *Revista de Estudios Regionales* nº 54.
- **CARAVACA, I. y MÉNDEZ, R. (1995)**, “Efectos territoriales de la reestructuración productiva en España” en *Ciudad y Territorio* nº 106.
- **CARRASCO, N. (1993)**, “Las causas del crecimiento de los precios de los servicios” en *Información Comercial Española, Revista de Economía* nº 719.
- **CARRÉ, D. (1994)**, "Éléments méthodologiques pour l'analyse de l'efficacité des territoires métropolitains" en BONAMY y MAY (1994), páginas 183-199.
- **CARRILLO, E. y TAMAYO, M. (2000)**, “Estudio del consumo familiar de bienes y servicios públicos a partir de la encuesta de presupuestos familiares” en *Papeles de Trabajo* nº2/00 del Instituto de Estudios Fiscales. Madrid.
- **CASELLI y PASTRELLO (1984)**, “L’integrazione industria-terziario in Italia tra 1965 e mil 1975. Un analisis input-output mediante scomposizione dei coefficienti di attivazione” en *L’Industria*, nº 3.
- **CASSON, M. (1986)**, *Multinationals and World Trade: Vertical Integration and the Division of Labour in World Industries*. Allen and Unwin, London. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **CASTAÑEDA, J. y HETT, E. (1978)**, *El economismo dependentista*. Siglo Veintiuno Editores, México.
- **CASTELLS, M. (1989)**, *The informational city*. Consultada la edición en castellano *La Ciudad Informacional*. (1995) Alianza Editorial. Madrid.
- **CASTELLS, M. (1997)**, *La sociedad red*. Alianza Editorial. Madrid.
- **CLARK, C. (1940)**, *The conditions of economic progress*. Macmillan, Londres. Consultada edición en castellano: *Las Condiciones del Progreso Económico*. (1971) Alianza Editorial. Madrid.
- **CLARK, D. (1985)**, *Post-industrial America. A Geographical Perspective*. Methuen, Londres. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **CLARK, G.L. (1993)**, “Global interdependence and regional development: business linkages and corporate governance in a world of financial risk”. *Transactions of the Institute of British Geographers*, nº 18, páginas 309-325.
- **COFFEY, W.J. y BAILLY, A.S. (1990)** “Service activities and the evolution of production systems: an international comparison” en *Environment and Planning, A*, nº 22.
- **COFFEY, W.J. y BAILLY, A.S. (1991)**, “Producer services and flexible production: an exploratory analysis”, en *Growth and Change*, vol. 22, 4, páginas 95-117.
- **COFFEY, W.J. y POLÈSE, M. (1987a)**, “Intrafirm trade in Business Services: implications for the location of office-based activities” en *Papers of Regional Science Association*, 61.
- **COFFEY, W.J. y POLÈSE, M. (1987b)**, “Trade and location of producer services” en *Environment and Planning A*, 19/5, páginas 597-611.
- **COFFEY, W.J. y POLÈSE, M. (1989)**, “Producer services and regional development: a policy-oriented perspective” en *Papers of the Regional Science Association*, vol. 67, páginas 13-27.
- **COFFEY, W.J. y POLÈSE, M. (1991)**, “Cultural barriers to the location of producer services. The Montreal-Toronto rivalry and the limits of urban polarization” en *Canadian Journal of Regional Services*, vol. XVI, nº 3, páginas 433-446.
- **COHEN, R.B. (1981)**, “The New International Division of Labor, Multinational Corporations, and Urban Hierarchy” en SCOTT, A.J. y DEAR, M. (Dir.)

- (1981), *Urbanization and Planning in Capitalist Society*. Methuen, Londres. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **COHEN, S. y ZYSMAN, J. (1987)**, *Manufacturing Matters: The Myth of the Post-industrial Economy*. New York: Basic Books.
 - **COLLADO, C. y OTROS (1996)**, *El empleo en España y Europa. Un análisis comparado por sectores*. Ed. Fundación Argentaria. Madrid.
 - **COMISIÓN EUROPEA (1989a)**, *Programa FAST*.
 - **COMISIÓN EUROPEA (1989b)**, *The efficiency of business services used by manufacturing industries*. MRB Study. Bruselas y Luxemburgo. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
 - **COMISIÓN EUROPEA (1994)**, *An industrial competitiveness policy for the European Union*. Bruselas.
 - **COMISIÓN EUROPEA (1996)**, *Sistema Europeo de Cuentas. SEC 1995*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
 - **COMISIÓN EUROPEA (1998)**, *Contribución de los servicios empresariales al rendimiento industrial. Marco de actuación común*. Comunicación de la Comisión al Consejo, COM (1998) 534 final. Bruselas.
 - **COQ, D. (2001)**, *Impactos económicos y territoriales de la reestructuración: La Industria Agroalimentaria en Andalucía*. Tesis doctoral.
 - **COQ, D. (2002)**, “La perspectiva institucionalista del desarrollo regional: una crítica constructiva”, *Ekonomiaz* nº 49.
 - **CORIAT, B. (1991)**, “Technical Flexibility and Mass Production: Flexible Specialisation and Dynamic Flexibility” en BENKO y DUNFORD (Eds.) (1991).
 - **CUADRADO, J.R. (1985)**, “Economía y desequilibrios regionales en España” en *La España de las autonomías*. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid.
 - **CUADRADO, J.R. (1986)**, “La evolución del empleo en los servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 26, páginas 131-154.
 - **CUADRADO, J.R. (1988)**, “Políticas regionales: hacia un nuevo enfoque” en *Papeles de Economía Española*, nº 35, páginas 68-95.
 - **CUADRADO, J.R. (1989)**, “Services and new information technologies: producer services”, en *The spatial context of technological development*. Avebury, Bruselas. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
 - **CUADRADO, J.R. (1990)**, “La expansión de los servicios en el contexto del cambio estructural de la economía española” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 98-122.
 - **CUADRADO, J.R. (1992)**, “El sector servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 258-294.
 - **CUADRADO, J.R. (1993)**, “Precios de los servicios e inflación: Un campo para las políticas microeconómicas y de reordenación” en *Cuadernos de Información Económica* nº 70, Enero. Fundación FIES.
 - **CUADRADO, J.R. (1994)**, “Estadísticas de los servicios: avances insuficientes” en *Economistas* nº 59, páginas 92-96.
 - **CUADRADO, J.R. (1995)**, “Los servicios: avances y resistencias” en *X Jornadas de Alicante sobre Economía Española*, páginas 1-46.
 - **CUADRADO, J.R. (1996)**, “Los servicios y la integración de España en la Unión Europea: retos e impulsos de cara al futuro” en VELARDE, J.; GARCÍA DEL GADO, J.L. y PEDREÑO, A.: *España en la Unión Europea. Balance de un decenio*. Editorial Cívitas. Madrid. páginas 131-181.

- **CUADRADO, J.R. (Dir. y coord.) (1999)**, *El sector servicios y el empleo en España. Evolución reciente y perspectivas de futuro*. Fundación BBV, Bilbao.
- **CUADRADO, J.R. y VILLENA, J. (1978)**, *Las Cajas de Ahorro y los desequilibrios regionales*. IDR, Sevilla.
- **CUADRADO, J.R. y GONZÁLEZ M. (1988)**, "Incidencia de las nuevas tecnologías en la organización y localización de los servicios a las empresas" en *Revista de Estudios Regionales* nº 22, páginas 29-67.
- **CUADRADO, J.R. y DEL RÍO, C. (1989a)**, "Los servicios reales a las empresas. Tendencias actuales y aproximación al caso español" en *Revista de Estudios Regionales* nº 25, páginas 51-88.
- **CUADRADO, J.R.; DEL RÍO, C.; REBOLLO, A. y otros (1989)**, *Los servicios a las empresas en Andalucía*. QUASAR, Madrid, Diciembre, 1989.
- **CUADRADO, J.R. y DEL RÍO, C. (1990)**, "Los economistas y los servicios" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 2-18.
- **CUADRADO, J.R. y DEL RÍO, C. (1991)**, *La demanda de servicios por las empresas en España*. Economistas, Madrid.
- **CUADRADO, J.R. y RAYMOND, J.L. (1991)**, "Consideraciones en torno al crecimiento de los servicios" en *Economistas*, páginas 298-302.
- **CUADRADO, J.R. y RUBALCABA, L. (1992)**, "Espacio regional y oferta de servicios a empresas en España" en *Documentos de Trabajo de la Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social* nº 84. Obra Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro.
- **CUADRADO, J.R. y DEL RÍO, C. (1993)**, *Los servicios en España*. Ediciones Pirámide, S.A.
- **CUADRADO, J.R. y ALLENDE ECHEVARRÍA, E. (1995)**, "Un análisis de la terciarización de la economía andaluza 1980-1990. Las relaciones Servicios-Industria" en *Contabilidad Regional y TIO de Andalucía 1990*. I.E.A., Junta de Andalucía, páginas 533-565.
- **CUADRADO, J.R. y ORTÍZ, A. (1999)**, "Economic cycle and services in the Spanish economy", *IX Conferencia Internacional de RESER* celebrada en Alcalá de Henares del 7 al 9 de Octubre.
- **CUADRADO, J.R.; GUARDIA, J.; IGLESIAS, C y ORTIZ, A. (1999)**, "Intensidad tecnológica y características del empleo en el sector servicios". *Documento de Trabajo 2/99 SERVILAB*. Alcalá de Henares, Madrid.
- **CUADRADO, J.R. y RUBALCABA, L. (2000)**, *Los servicios a empresas en la industria española*. Colección de Estudios del Instituto de Estudios Económicos.
- **CUADRADO, J.R.; MANCHA, T. y GARRIDO, R. (2000)**, "Servicios Públicos y convergencia interregional en España", en *Documento de Trabajo 2/00 SERVILAB*. Alcalá de Henares, Madrid.
- **CUENCA, J.M. (1984)**, *La Andalucía de la transición (1975-1984)*. Editorial Mezquita.
- **CHESNAIS, F. (1994)**, *La mondialisation du capital*. Syros.
- **DANIELS, P.W. (1985)**, *Service industries. A geographical appraisal*. Methuen. London and New York.
- **DANIELS, P.W. (1991)**, "Producer services and the development of the space economy" en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 135-150.
- **DANIELS, P.W. (1993)**, *Service industries in the world economy*. Blackwell. Oxford.
- **DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991)**, *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York.

- DANIELS, P.W. y LEVER., W.F. (Eds.) (1996), *The Global Economy in Transition*. Longman, England.
- DAVEZIES, L. y PRUD'HOMME, R. (1988), "El creciente papel de los servicios en las políticas y análisis regionales" en *Estudios Territoriales* nº 26, páginas 61-80.
- DE BANDT, J. (1985), *Les services dans les sociétés industrielles*. Ed. ECONOMICA. París.
- DE BANDT, J. (1990), "El problema de la productividad en el sector servicios" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 52-67.
- DE BANDT, J. (dir.) (1991), *Les services. Productivité et prix*. Ed. ECONOMICA. París.
- DE BANDT, J. (1995), *Services aux entreprises*. Ed. ECONOMICA. París.
- DE BANDT, J. (1997), "Peut-on et comment adapter la théorie économique aux activités et relations de service?". *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- DE BANDT, J. y GADREY, J. (dirs.) (1994), *Relation de service, marchés de services*. CNRS Éditions.
- DE CASTRO PUENTE, M.A. y CORTINA GARCÍA, F. (1998), "Sistema Global de producción de estadísticas del Sector Servicios: un reto inmediato" en *Fuentes Estadísticas* nº 33, páginas 15-16.
- DELAUNAY, J.C. y GADREY, J. (1992), *Services in Economics Thought*. Kluwer Academic Publishers. Boston / Dordrecht / London.
- DEL CASTILLO, F. (1992), "Cifras e ideas sobre las actividades de servicios a empresas en Madrid" en *Economistas* nº 52, páginas 460-464.
- DELGADO, M. (1976), "Subdesarrollo y renta *per cápita*" en *Cuadernos de Economía* vol. 4, nº 11.
- DELGADO, M. (1981), *Dependencia y marginación de la economía andaluza*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba. (Resumen de su Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Económicas de Málaga, 1980).
- DELGADO, M. (1984), "Reflexiones sobre algunos obstáculos para aproximarnos a la realidad económica de Andalucía" en *Revista de Estudios Andaluces* nº 3, páginas 15-32.
- DELGADO, M. (1987), "Análisis cuantitativo de la distribución de la renta familiar disponible de las CC.AA. 1973-1981" en *Revista de Estudios Regionales* nº 17, páginas 41-70.
- DELGADO, M. (1988), "Algunos rasgos de la economía andaluza en la crisis. 1973-1985" en *Revista de Estudios Regionales* nº 28, páginas 35-55.
- DELGADO, M. (1990), "Condicionantes del Futuro Económico de Andalucía" en *Revista de Estudios Andaluces* nº 10, páginas 13-24.
- DELGADO, M. (1991), "La Dinámica Económica en Andalucía" en *Construir Europa. Andalucía*. Fundación Encuentro. Madrid.
- DELGADO, M. (1993), "Las últimas tres décadas de la economía andaluza" en *Estructura Económica de Andalucía* de Martín Rodríguez, M. (coord.) Espasa-Calpe, Madrid, Capítulo 2, páginas 73-111.
- DELGADO, M. (1995a), "La economía andaluza en los años 90. Rasgos básicos y perspectivas" en DELGADO, M. y ROMÁN, C. (Eds.) (1995), páginas 73-101.
- DELGADO, M. (1995b), "Las relaciones con el exterior de la estructura productiva andaluza. Análisis de las necesidades de importación 1980-1990." En *Contabilidad Regional y TIO de Andalucía 1990*. I.E.A., Junta de Andalucía, páginas 273-315.
- DELGADO, M. (1996), "Integración y reestructuración desde la periferia europea"

- en *Revista de Estudios Regionales* nº 44, Enero-Abril.
- DELGADO, M. (1999a), “La globalización. ¿Nuevo orden o crisis del viejo?”, en *Desde el Sur. Cuadernos de Economía y Sociedad* nº 1.
 - DELGADO, M. (1999b), “Globalización, agricultura y ordenación del territorio en Andalucía” en *Revista de Estudios Regionales*, nº 54.
 - DELGADO, M. (1999c); “Economía y cultura en Andalucía” en HURTADO, J. y FERNÁNDEZ, E. (Eds.) (1999), *Cultura Andaluza*, Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla, páginas 47-53.
 - DELGADO, M. (2001a), “Estructuras condicionantes de la identidad andaluza: Estructuras económico-sociales” en CANO, CAZORLA y OTROS (2001), páginas 51-80.
 - DELGADO, M. (2001b), “Un nuevo concepto de las relaciones entre economía, territorio y sociedad” en *Revista de Estudios Regionales* nº 61.
 - DELGADO, M. (2002), *Andalucía en la otra cara de la globalización. Una economía extractiva en la división internacional del trabajo*. Ed. Mergablum. Sevilla.
 - DELGADO, M. y ROMÁN, C. (Eds.) (1995a), *Ocho Análisis de la Economía Andaluza*. Instituto de Desarrollo Regional. Sevilla.
 - DELGADO, M. y ROMÁN, C. (1995b), “Impactos territoriales de la reestructuración económica sobre el sector agroalimentario en el Sur de Europa. El caso de Andalucía”, en *Revista de Estudios Regionales*, nº 42.
 - DELGADO, M. y SÁNCHEZ, J. (1998), “Las desigualdades territoriales en el Estado Español. 1955-1995” en *Revista de Estudios Regionales* nº 51, páginas 61-89.
 - DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J. (Ed.) (1994), *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Proyecto Editorial: Síntesis Psicología.
 - DEL MONTE, A. y GIANNOLA, A. (1984), “Imprenditoria locale e sviluppo del terziario nel Mezzogiorno d’Italia: una nuova politica per il Sud?”, en *Rivista di Politica Economica*, nº 10.
 - DEL MONTE, A. y MARTINELLI, F. (1988), “Gli ostacoli alla divisione tecnica e sociale del lavoro nelle aree depresse: il caso delle piccole imprese elettroniche in Italia”, en *L’Industria* nº 3.
 - DEL PINO, J. y BRICAT, E. (1998), *Valores sociales de la cultura andaluza. Encuesta mundial de valores*. C.S.I.C., Madrid.
 - DEL RÍO, C. (1988a), “Dinámica y distribución espacial de los servicios en España entre 1960 y 1985” en *Papeles de Economía Española* nº 34, páginas 454-481.
 - DEL RÍO, C. (1988b), “Los servicios a las empresas: una explicación del crecimiento del sector terciario” en *Economistas* nº 29, páginas 163-166.
 - DEL RÍO, C. (1992a), *La evolución de los servicios en España*. IEAE. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
 - DEL RÍO, C. (1992b), “Relaciones industria/servicios: el caso español” en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 300-306.
 - DEL RÍO, C. (1993), “Factores de competitividad en los servicios y relaciones industria servicios: el caso español” en *ICE* nº 719, páginas 5-25.
 - DEL RÍO, C. (1996), “Servicios a empresas y política de competitividad industrial en la Unión Europea” en CUADRADO, J.R. y MANCHA, T. (Dirs. y coords.) (1996), *España frente a la Unión Económica y Monetaria*. Edit. Civitas. Madrid.
 - DEL RÍO, C. (1997), “Los servicios a empresas y la nueva política regional” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 157-172.

- **DEL RÍO, C. y GARCÍA GRECIANO, B. (1990)**, “Dinámica regional y provincial del sector terciario” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 150-172.
- **DEL RÍO, C.; CUADRADO, J.R.; REBOLLO, A. y otros (1991)**, *Los servicios a las empresas en la región de Murcia*. QUASAR, Madrid.
- **DEL RÍO, C. y CUADRADO, J.R. (1994)**, “La importancia de los servicios a la producción en la nueva política regional” en CURBELO, J.L. y otros (1994), *Territorios en transformación. Análisis y propuestas*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional/Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid.
- **DEL RÍO, C. y GONZÁLEZ, M. (2000)**, “Hacia un nuevo sector servicios” en *Economistas* nº 84, páginas 70-75.
- **DE MATTOS, C. (1990)**, “La descentralización: ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local?” en *Revista de Estudios Regionales* nº 26, páginas 49-70.
- **DE MATTOS, C. (2000)**, “Nuevas Teorías del Crecimiento Económico: una lectura desde la perspectiva de los territorios de la periferia” en *Revista de Estudios Regionales* nº 58, páginas 15-44.
- **DE MATTOS, C.; HIERNAUX, D. y RESTREPO, D (compiladores) (1998)**, *Globalización y Territorio. Impactos y perspectivas*. Fondo de Cultura Económica.
- **DEREK, W. y otros (1974)**, *Le secteur des services dans les pays en voie de développement*. OCDE, París.
- **DÍAZ, J.; PAEJO, C. y POZUELO, I. (1991)**, “Problemas territoriales del desarrollo andaluz” en *Boletín Económico de Andalucía*, nº 12, páginas 37-45.
- **DÍAZ MIER, M.A. (1990)**, “El comercio internacional de servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 84-96.
- **DÍAZ MIER, M.A. (1996)**, *Del GATT a la Organización Mundial del Comercio*. Síntesis, Madrid.
- **DÍAZ MIER, M.A. y MORA, E. (2002)**, “El estado de la ordenación internacional del comercio de servicios. Literatura reciente e intentos de valoración”. *IV Reunión de Economía Mundial*, Abril, La Coruña.
- **DICKEN, P. (1976)**, “The Multiplant Business Enterprise and Geographical Space: Some Issues in the Study of External Control and Regional Development” en *Regional Studies*, Vol. 10.
- **DICKEN, P. (1992)**, *Global Shift. The internationalisation of economic activity*. Paul Chapman Publishing Ltd., Londres.
- **DOS SANTOS, T. (1978)**, *Imperialismo y dependencia*. Ed. Era.
- **DRAKAKIS-SMITH, D. (1996)**, “Less developed economies and dependence” en DANIELS, P.W. y LEVER, W.F. (Eds.), páginas 215-238.
- **DUNFORD, M. (1993)**, “Regional disparities in the european community: Evidence from the REGIO Databank” en *Regional Studies*, vol. 27-8
- **DUNNING, J. (Ed.) (1993a)**, *Transnational corporations in services*. Routledge. London y New York.
- **DUNNING, J. (1993b)**, *The globalization of business. The challenge of the 1990s*. Routledge. London y New York.
- **DUNNING, J. (1993c)**, “The internationalization of the production of services: some general and specific explanations” en AHARONI (Ed.) (1993).
- **EIGLIER, P. y LANGEARD, E. (1989)**, *Servucción. El marketing de los servicios*. McGraw Hill, París.
- **ELFRING, T. (1988)**, *Service Employment in Advanced Economies*, Hants, Gower.
- **EMMANUEL, A. (1966)**, *La division internationale du travail et le marché socialiste*. París. École Pratique des Hautes Études: Centre D’Étude de Planification Socialiste.

- **EMMANUEL, A. y BETTELHEIM, CH. (1973)**, *El intercambio desigual: ensayo sobre los antagonismos en las relaciones económicas internacionales*. Siglo veintiuno. Madrid.
- **ESPARZA y KRMENEC (1995)**, "Business services in the space economy: a model of spatial interaction" en *Papers in Regional Science: The journal of the RSAI*, 73,1, páginas 55-72.
- **ESCORSA, P. (1989)**, "Serveis a l'empresa", páginas 136-176.
- **ESTEFANÍA, J. (1996)**, *La nueva economía. La globalización*. Edit. Debate, S.A.
- **EUROPEAN COMMISSION (1994)**, *Panorama of EC Industry 1994*. European Commission, Luxemburgo.
- **EUROSTAT (1993)**, *Clasificación de actividades NACE Rev. 1. Council Regulation*. Eurostat, Luxemburgo.
- **EUROSTAT (1995, 1998)**, *Statistiques de base*. Luxemburgo.
- **EUROSTAT (1997)**, *Labour Force Survey*. Luxemburgo.
- **EUROSTAT (1996, 1998)**, *National Accounts ESA*. European Commission, Bruselas.
- **EUROSTAT (1996)**, *Enterprises in Europe*. European Commission, Bruselas.
- **EVANGELISTA, R. y SAVONA, M. (1998)**, "Patterns of Innovation in Services. The Results of the Italian Innovation Survey". *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **FERNÁNDEZ, M.T. (2001)**, "Performance of Business Services Multinationals in Host Countries: Contrasting Different Patterns of Behaviour between Foreign Affiliates and National Enterprises", en *The Service Industries Journal* vol. 21, nº 1, January, páginas 5-18.
- **FERNÁNDEZ, M.T. y RUBALCABA, L. (1998)**, "The role of foreign and national advertising firms in the activity of manufacturing and services enterprises". *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **FERRARO, F. (1995)**, "Algunas consideraciones sobre la política económica de la Junta de Andalucía" en DELGADO, M. y ROMÁN, C. (Eds.) (1995), páginas 103-135.
- **FIRN, J.R. (1975)**, "External Control and Regional Development: The Case of Scotland", en *Environmental Planning*, vol.10. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **FISHER, A.G.B. (1935)**, *The clash of progress and security*. Kelley, Londres.
- **FISHER, A.G.B. (1939)**, "Production primary, secondary and tertiary", en *Economic Record*, nº 15, Junio.
- **FOURATIÉ, J. (1949)**, *Le grand espoire du Xxème siècle*, Presses Universitaires de France, París.
- **FRANCOIS, J.F. (1990)**, "Producer services, scale, and the division of labor" en *Oxford Economic Papers* 42, páginas 715-729.
- **FRIEDMANN, J. (1986)**, "The World City Hypothesis" en *Development and Change*, vol. 17 (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **FUCHS, V.R. (1968)**, *The service economy*. National Bureau of Economic Research. Columbia University Press. Nueva York.
- **FUNDACIÓN BBV. Renta Nacional de España y su distribución provincial. Serie Homogénea. Años 1955 a 1995 y avances 1996 a 1999**. Fundación BBV.
- **FUNDACIÓN DE EMPRESA PÚBLICA (2000)**, *Encuesta sobre estrategias empresariales (ESEE)*. Ministerio de Ciencia y Tecnología. Programa de Investigaciones Económicas de la Fundación de Empresa Pública.
- **FURTADO, C. (1971)**, "Dependencia externa y Teoría Económica" en *I.C.E.*, Diciembre.
- **FURTADO, C. (1973)**, *Desarrollo y subdesarrollo*. Ed. Universal de Buenos Aires.

- **FURTADO, C. (1979)**, *Teoría y Política del Desarrollo Económico*. Siglo XXI, 9ª edición.
- **FURTADO, C. (1985)**, *La Nueva Dependencia. Deuda externa y monetarismo*. Bibliotecas Universitarias. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires.
- **FURTADO, C. (1976)**, *El desarrollo económico: un mito*. Siglo veintiuno editores. Méjico, España, Argentina.
- **FURTADO, C. (1991)**, *Economía Mundial: Transformación y Crisis*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, Colombia.
- **GADREY, J. (1986)**, *Productivité et évaluation des services: la construction sociale du produit*. Ministère de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur, París.
- **GADREY, J. (1991)**, "L'insoutenable légèreté des analyses de productivité dans les services" en DE BANDT, J. (Ed.) (1991).
- **GADREY, J. (1992)**, *L'économie des services*. La Decouverte, París.
- **GADREY, J. (1994)**, "Relations de service et relations d'assurance dans la géographie économique des services" en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), páginas 121-140.
- **GADREY, J. (1996a)**, *L'économie des services*. La Decouverte. París.
- **GADREY, J. (1996b)**, *Services: la productivité en question*. Desclée de Brouwer, París.
- **GALBRAITH, J.K. (1967)**, *The New Industrial State*. Signet Books, New American Library. New York.
- **GALBRAITH, J.K. (1994)**, *Un viaje por la economía de nuestro tiempo*. Editorial Ariel, S.A., Barcelona.
- **GARCÍA, C.E. (1991)**, "Terciario avanzado e internacionalización de la economía madrileña" en *Seminario: "Las Metrópolis Globales en la Economía de los 90"*.
- **GARCÍA, C.E. (1996)**, "La internacionalización de los servicios: modalidades y tendencias reflejadas en la balanza de servicios" en *Papeles de Economía Española* nº 66, páginas 144-157.
- **GARCÍA, C.E. y SANZ, L. (1992)**, "Clasificar para comprender: la complejidad de los servicios a través de las clasificaciones sectoriales", *Documento de Trabajo 92-07*, CSIC, IESA, Madrid.
- **GARCÍA BRENES, M.D. (1999)**, "Una aproximación a las externalidades de la agricultura andaluza" en *El desarrollo rural en la Agenda Uno*, Serie de Estudios nº 142, MAPA, capítulo 25, páginas 519-539.
- **GARCÍA DE LA CRUZ. J.M. (1993)**, "Los servicios a empresas en España: un perfil nacional y regional" en *ICE* nº 719, páginas 77-89.
- **GARCÍA FERRANDO, M.; IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (compiladores) (1989)**, *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Alianza Universidad Textos, Madrid.
- **GARCÍA GRECIANO, B. (1990)**, "Evolución de la productividad en el sector servicios" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 137-149.
- **GAVIRA, L. (1993)**, *Segmentación del mercado de trabajo rural y desarrollo: el caso de Andalucía*. Serie Estudios Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Secretaría General Técnica.
- **GAVIRA, L. (1999)**, "Mercado de trabajo y políticas de empleo en Andalucía" en *Informe Social de Andalucía (1978-1998). Dos Décadas de Cambio Social*. Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.
- **GAVIRA, L. (2000)**, "El trabajo, el paro y sus implicaciones para la cohesión social en Andalucía", en *Desde el Sur. Cuadernos de Economía y Sociedad* nº 4.
- **GEMMEL (1982)**, "Economic development and structural change: the role of the service sector" en *The Journal of Development Studies*, nº 1, Octubre.

- **GEORGESCU-ROEGEN, N. (1996)**, *La Ley de la Entropía y el Proceso Económico*. Colección Economía y Naturaleza. Fundación Argentaria. Visor Distribuciones.
- **GERSHUNY, J.I. (1978)**, *After Industrial Society? The Emerging Self-Service Economy*. MacMillan, Londres.
- **GERSHUNY, J.I. (1987)**, "The future of service employment" en GIARINI, O. (Ed.), *The emerging service economy*. Pergamon Press, Oxford. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **GERSHUNY, J.I. y MILES, I.D. (1983)**, *The New Service Economy. The Transformation of Employment in Industrial Societies*. Francis Printer. Londres. Consultada la edición en castellano *La Nueva Economía de Servicios. La Transformación del Empleo en las Sociedades Industriales* (1988) Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.
- **GERTLER, M.S. (1988)**, "The limits of flexibility: comments on the post-fordist vision of production and its geography". *Transactions Institute of British Geographers*, N.S., 13, páginas 419-432. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **GIARINI, O. y STAHEL, W.R. (1993)**, *The limits to certainty facing risks in the new service economy*, 2ª ed. Rev., Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, Boston y Londres.
- **GIBERT, E. (1990)**, "Evolución de los servicios en las economías occidentales" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 20-39.
- **GINZBERG, E. y VOTJA, G.J. (1981)**, "The service sector of the US economy" en *Scientific American*, nº 3.
- **GIUNTA, A. y MARTINELLI, F. (1995)**, "The impact of post-fordist corporate restructuring in a peripheral region. The Mezzogiorno of Italy" en AMIN, A. y TOMANEY, J. (1995), páginas 221-262.
- **GOBIERNO VASCO (1991)**, *Modelo de Política Industrial de Servicios a Empresas en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Gobierno Vasco, Departamento de Economía y Planificación.
- **GOE, W.R. (1990)**, "Producer Services, Trade and the Social Division of Labour" en *Regional Studies*, vol. 24.4, páginas 327-342.
- **GOE, W.R. (1991)**, "The growth of producer services industries: sorting through the externalization debate" en *Growth and Change*, Otoño, páginas 118-141.
- **GÓMEZ DEL MORAL, M. (1992)**, "La estimación del valor añadido de los servicios en el marco de la Contabilidad Nacional y Regional" en *Situación* nº 3-4, páginas 137-149.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. (1990)**, "Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición" en *Información Comercial Española, Revista de Economía* nº 687, Noviembre, páginas 155-171.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. (1992)**, "El empleo en los servicios: tendencias y perspectivas" en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 295-317.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. (1993)**, "El sector servicios" en MARTÍN RODRÍGUEZ, M. (coord.), Capítulo 12, páginas 397-428.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. (1997)**, *Los servicios de la economía española: viejos problemas, nuevos retos*. Instituto de Estudios Económicos. Madrid.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. (1998)**, *Temas de Economía Española*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. y RUBALCABA, L. (1993)**, "Employment in the spanish services industries; trends and behaviours". *3º Forum RESER: Services, labour market and small firms*. 23-25 Septiembre, Siracusa.

- **GONZÁLEZ MORENO, M. y GENARO, M.D. (1997)**, “El empleo en los servicios a la producción: pautas de comportamiento y cambio ocupacional” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 67-75.
- **GONZÁLEZ MORENO, M. y CAMACHO BALLESTA, J.A. (1999)**, “El papel de los servicios en la transformación de la economía andaluza” en *Boletín Económico de Andalucía*. Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía, páginas 219-232.
- **GONZÁLEZ ROMERO, A. (1995)**, “Innovación tecnológica y servicios a empresas” en *Economía Industrial* nº 301, páginas 17-19.
- **GONZÁLEZ ROMERO, A. (1997)**, “Servicios a empresas, innovación y competitividad industrial: un análisis para la Unión Europea” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 129-139.
- **GORE, C.G. (1991)**, “Location theory and service development planning: which way now?” en *Environment and Planning A* vol. 23, páginas 1095-1109.
- **GREENFIELD, H.T. (1966)**, *Manpower and the growth of producer services*. Columbia University Press, New York.
- **GREEN, A.E. y OWEN, D.W. (1985)**, “Has the Urban Concentration of Producer Service Employment Increased or Decreased, 1971-1981?”. *XVII Conferencia Anual del BSRSA*, Manchester. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **GRIFFIN, K. y RAHMAN KHAN, A. (1992)**, *Globalization and Developing World: An Essay on the International Dimensions of Development in the Post-Cold War Era*. UNRISD, Geneva, Switzerland.
- **GRUPO ÁREA (1999)**, *Análisis de la reestructuración en la industria agroalimentaria andaluza*. Editorial Mergablum, Sevilla.
- **GUADAMILLAS, M. y HERNANDO, J. M. (1998)**, “Beneficios y costes de la globalización” en *Economistas*. España 1997. Un balance.
- **GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ, P. (1998)**, “Cuentas Nacionales y Cuentas Regionales: Diferentes Fuentes para el Análisis ¿Diferentes Resultados?” en *Revista Asturiana de Economía* nº 11, páginas 51-69.
- **GUTIÉRREZ JUNQUERA, P. (1993)**, *El crecimiento de los servicios*. Alianza Editorial. Madrid.
- **HERCE, J.A. (1995)**, “Los servicios en la economía española” en *Papeles de Economía Española* nº 62, páginas 213-225.
- **HERMOSILLA, A. (1997)**, “El consumo de servicios por la industria española. La encuesta de servicios a la industria (ESI)” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 77-91.
- **HIRST, P. y THOMPSON, G. (1996)**, *Globalization in question. The international economy and the possibilities of governance*. Polity Press. Cambridge.
- **HILL, T.P. (1976)**, “On Goods and Services” en *Review of Income and Wealth*, vol. 123, nº 4, páginas 315-338.
- **HOARE, A.G. (1978)**, “Industrial Linkages and the Dual Economy: The Case of Northern Ireland” en *Regional Studies*, Vol.12.
- **HOLMSTROM, B. (1985)**, “The provision of services in a market economy”, en INMAN (Ed.) (1985).
- **HOLMSTROM, B. (1987)**, “Azar moral y observabilidad” en *Cuadernos Económicos de I.C.E.*
- **HOWELLS, J. y GREEN, A. (1988)**, *Technological innovation, structural change and location in UK services*. Avebury-CE, Aldershot.
- **HURTADO, J. Y FERNÁNDEZ, E. (Eds.) (1999)**, *Cultura Andaluza*, Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla.

- **HYMER, S. (1972)**, “The Multinational Corporation and the Law of Uneven Development”, en BHAGWATI, J.N. (Dir.), *Economics and World Order*. Acmillan, Londres. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **IGLESIAS, C y GAGO, D. (1998)**, “The linkages between industry and services in Spain: the case of producer services”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **IGLESIAS, C.; MESSINA, y CUADRADO, J.R. (1997)**, “Empleo y cualificaciones laborales en el sector servicios. Evolución reciente y análisis prospectivo”. *Documento de Trabajo n° 3/97*. SERVILAB. Alcalá de Henares.
- **ILLERIS, S. (1989)**, *Services and Regions in Europe*. Avebury. Aldershot.
- **ILLERIS, S. (1991)**, “Location of services in a service society” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 91-107.
- **ILLERIS, S. (1994)**, “La localisation des producteurs et utilisateurs de services” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir.) (1994), páginas 95-107.
- **ILLERIS, S. (1996)**, *The Service Economy. A geographical approach*. John Willey & Sons. Chichester.
- **ILLERIS, S. (1997)**, “Localización de los servicios a empresas en zonas urbanas y regionales” en *Economía Industrial* n° 313, páginas 93-103.
- **INMAN, R.P. (ed.) (1985)**, *Managing the service economy*. Cambridge University Press. Cambridge.
- **INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1993)**, *Contabilidad Regional y Tabla Input-Output de Andalucía 1990. Presentación de resultados*. IEA, Sevilla.
- **INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1995)**, *Contabilidad Regional y Tabla Input-Output de Andalucía 1990. Análisis de resultados. (2 volúmenes)*. IEA, Sevilla.
- **INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1999)**, *Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía. Marco Input-Output 1995*. IEA, Sevilla.
- **INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1998)**, *El Mercado de Trabajo en Andalucía. Datos Estructurales 1998*. IEA, Sevilla.
- **INSTITUTO DE FOMENTO DE ANDALUCÍA (1993)**, *Catálogo de Empresas de Servicios Avanzados en Andalucía. SERAVan-93*. IFA, Sevilla.
- **INSTITUTO DE FOMENTO DE ANDALUCÍA (1997)**, *Catálogo de Empresas de Servicios Avanzados en Andalucía. SERAVan-97*. IFA, Sevilla.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (varios años)**, *Encuesta de Población Activa (EPA)*, Madrid.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (varios años)**, *Tablas Input-Output de España*, 1980 (disquete) y 1995 (Internet).
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1981)**, *Censo de población*.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1991)**, *Censo de población*.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (varios años)**, *Contabilidad Regional de España*.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1996)**, *Directorio Central de Empresas*.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1996)**, *Resultados estadísticos de las Encuestas de servicios jurídicos, servicios empresariales diversos y servicios de investigación y seguridad*. INE, Madrid.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1997)**, *Encuesta de servicios técnicos*. INE, Madrid.
- **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1998)**, *Encuesta anual de servicios*. INE, Madrid.

- **JAYET, H. (1994)**, “Services et espace” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dirs.) (1994), páginas 35-54.
- **JOUVAUD, M. (1995)**, “Localisation des services aux entreprises: combinaison de facteurs et types d’activités”, en *Notes de recherche du Centre d’économie régionale d’Aix-en-Provence*, nº 173. (Referencia tomada de Mérenne-Schoumaker, 1996).
- **JULEFF, L.E. (2000)**, “Organisational and cultural determinants of the supply of advanced producer services –a Scottish case study”, *X Conferencia Internacional de RESER*, Bergen, Octubre.
- **JUNTA DE ANDALUCÍA (1983)**, *Claves para el desarrollo económico de Andalucía*. Junta de Andalucía y Fundación Banco Exterior. Sevilla.
- **KATOZIAN (1970)**, “The development of the service sector: a new approach”. *Oxford Economic Papers*, 22, páginas 362-382.
- **KEEBLE, D. ; BRYSON, J. y WOOD, P. (1991)**, “Small Firms, Business Services Growth and Regional Development in the United Kingdom: Some Empirical Findings”. *Regional Studies*. Vol 25.5, páginas 439-457.
- **KIRK (1987)**, “Are business services immune to the business cycle?” en *Growth and Change* vol. 18, iss 2, primavera, páginas 15-23.
- **KUNST, P. y LEMMINK, J. (Eds.) (1995)**, *Managing service quality*. Paul Chapman Publishing, Ltd. London.
- **KUNST, P. y LEMMINK, J. (Eds.) (1996)**, *Managing service quality. Volume II*. Paul Chapman Publishing, Ltd. London.
- **LACOMBA, J.A. (1992)**, “Algunas consideraciones sobre la historia de Andalucía” en LACOMBA, J.A. (Ed.), *Andalucía y los Andaluces. Propuestas para un debate*. Málaga, Universidad, páginas 23-35.
- **LACOMBA, J.A. (1996) (Coord.)**, *Historia de Andalucía*. Ágora, Málaga.
- **LACOMBA, J.A. (2001)**, “Continuidad y discontinuidad histórica” en CANO, CAZORLA y OTROS (2001), páginas 38-48.
- **LANDESMAN, M.A. y PETIT, P. (1995)**, “International trade in producer services: alternative explanations” en *The Services Industries Journal* vol.15 nº 2, páginas 123-161.
- **LAFUENTE FÉLEZ, A. (1989)**, “Servicios a empresas y política industrial” en *Revista de Economía* nº 2, páginas 52-55.
- **LASHERAS, M.A. (1999)**, *La regulación económica de los servicios públicos*. Editorial Ariel S.A., Barcelona.
- **LAVIN, B. (1991)**, “Services and new industrial strategies: what is at stake for developing countries?” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 197-210.
- **LIPIETZ, A. (1978)**, “La dimension régionale du développement tertiaire”, en *Travaux et Recherches de Prospectives*, nº 75, La Documentation Française, París. (Referencia tomada de Martinelli, 1989 a).
- **LIPIETZ, A. (1980)**, “Inter-regional Polarization and the Terziarization of Society”, en *Papers of the Regional Science Association*, vol. 44. (Referencia tomada de Martinelli, 198 a).
- **LIPIETZ, A. (1986)**, “New tendencies in the international division of labour: regimes of accumulation and modes of regulation” en SCOTT, A. J. y STORPER, M. (Eds.), *Production, Work, Territory*. Allen & Unwin, Hemel Hempstead. Páginas: 16-40.
- **LOVELOCK, C.H. y YIP, G.S. (1996)**, “El desarrollo de estrategias mundiales para las empresas de servicios” en *Harvard-Deusto Business Review* nº 73, páginas 52-67.

- **LLORCA VIVERO, R., MARTÍNEZ, J.A. y PICAZO, A. (1996)**, “Los sevicios y el desarrollo de las regiones” en *Papeles de Economía Española* nº 67.
- **MACHLUP, E. (1962)**, *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton University Press.
- **MANCHA, T. y CUADRADO, J.R. (1996)**, “La convergencia de las regiones españolas: una difícil tarea” en CUADRADO, J.R. y MANCHA, T. (Dir. y coords.) *España frente a la Unión Económica y Monetaria*. Edit. Civitas.
- **MAÑAS ALCÓN, E. (1992a)**, “Crecimiento de los servicios a empresas” en *Economistas: 1991, un balance*, páginas 336-341.
- **MAÑAS ALCÓN, E. (1992b)**, “La demanda de servicios a las empresas según tamaño, actividad y localización” en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 307-311.
- **MAÑAS ALCÓN, E. (1997)**, “El consumo familiar de servicios en España: factores explicativos de las decisiones de gasto”. Documento de trabajo nº 4/97. SERVILAB. Alcalá de Henares. Madrid.
- **MAÑAS, E.; GABALDÓN, P. y GALLARDO, S. (2000)**, “Los servicios a las familias como motores del crecimiento económico”. *Documento de trabajo nº 4/00*. SERVILAB. Alcalá de Henares.
- **MAQUEDA, J. y LLAGUNO, J.I. (1995)**, *Marketing estratégico en las empresas de servicios*. Edic. Díaz de Santos.
- **MARCOS, C. y PALMERO, E. (1990)**, “El futuro regional: ¿servicios versus industria?” en *Economía y Sociedad* nº 4, páginas 191-201.
- **MARQUAND, J. (1979)**, “A Location Analysis of the U.K. Service Sector”, *CES Occasional Papers*, nº 9. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **MÁRQUEZ GUERRERO, C. (1993)**, *The regional development strategies of a new regional government: the Junta de Andalucía 1984-1990*. Tesis doctoral.
- **MÁRQUEZ GUERRERO, C. (1995)**, “Los servicios avanzados a las empresas en Sevilla”. Mimeografiado.
- **MÁRQUEZ GUERRERO, C. (2000a)**, *Proyecto Docente*. Universidad de Sevilla.
- **MÁRQUEZ GUERRERO, C. (2000b)**, “Infraestructura de transporte terrestre y desarrollo regional en Andalucía”, *Cuadernos Económicos de Granada*, nº 11.
- **MARSHALL, J.N. (1982)**, “Linkages between manufacturing industry and business services” en *Environment and Planning A*, 14, páginas 523-540.
- **MARSHALL, J.N. (Ed.) (1988a)**, *Services and uneven development*. Oxford University Press, Oxford.
- **MARSHALL, J.N. (1988b)**, *Producer services and the manufacturing sector in the West Midlands*. West Midlands Enterprise Board Ltd, Birmingham. (Tomado de Rubalcaba, 2001).
- **MARSHALL, J.N. y WOOD, P.A. (1992)** “The role of services in urban and regional development: recent debates and new directions” en *Environment and Planning A* vol.24, páginas 1255-1270.
- **MARSHALL, J.N. y WOOD, P.A. (1995)**, *Services and Space. Key aspects of Urban and Regional Development*. Longman Singapore Publishers, Singapur.
- **MARTÍN GUZMÁN, P (1995)**, “Avances estadísticos en el sector servicios” en *Economistas* nº 69, páginas 622-623.
- **MARTÍN GUZMÁN, M.JP. y MARTÍN PLIEGO, F.J. (1990)**, “El consumo en servicios de las familias españolas” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 174-192.
- **MARTÍN RODRÍGUEZ, M. (Dir.) (1993)**, *Estructura Económica de Andalucía*. Espasa-Calpe. S.A.

- **MARTINELLI, F. (1984)**, “Servizi alla produzione e sviluppo economico regionale: il caso del Mezzogiorno d’Italia” en *Rassegna Economica*, nº 1.
- **MARTINELLI, F. (1989a)**, “Struttura industriale e servizi alla produzione nel Mezzogiorno” en *Politica Economica*/a.V, n.1, aprile 1989, páginas 129-187.
- **MARTINELLI, F. (1989b)**, “Une approche théorique à la demande en services aux entreprises” en MOULAERT, F. (dir.) (1989).
- **MARTINELLI, F. (1989c)**, “Services aux entreprises et développement régional”, en MOULAERT, F. (dir.) (1989).
- **MARTINELLI, F. (1991a)**, “A demand-orientated approach to understanding producer services” en DANIELS, y MOULAERT (1991), páginas 15-29.
- **MARTINELLI, F. (1991b)**, “Producer services’ location and regional development” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 70-90.
- **MARTINELLI, F. (1991c)**, “Branch plants and services underdevelopment in peripheral regions: the case of Southern Italy” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 151-176.
- **MARTINELLI, F. (2000)**, “La geografia dei servizi in Italia” en MARTINELLI, F. y GADREY, J. (2000), *L’economie dei servizi*. Il Mulino, Bologna, capítulo VII.
- **MARTINELLI, F. y SCHOENBERGER, E. (1994)**, “Los oligopolios están bien, gracias. Elementos de reflexión sobre la acumulación flexible” en BENKO y LIPIETZ (1994), páginas 159-184.
- **MARTÍNEZ, J.A. y PICAZO, A. (2000)**, “La productividad en los servicios” en *Revista del ICE*, nº 787, páginas 127-140.
- **MARTÍNEZ, S.R. y RUBIERA, F. (1999)**, “Identificación de los patrones de terciarización de las regiones españolas”, en *Economía Industrial* nº 328, páginas 135-145.
- **MARTÍNEZ, S.R. y RUBIERA, F. (2001)**, “Los servicios en Asturias: 1981-2001. Veinte años de terciarización” en *Revista Asturiana de Economía*, número extraordinario, páginas 139-170.
- **MARTÍNEZ, S.R.; RUBIERA, F. y Otros (2002)**, *Estudio de las perspectivas y necesidades del sector de los Servicios Avanzados a las Empresas en el Principado de Asturias*. Instituto de Fomento Regional y Universidad de Oviedo. Informe para el IFR (CN-00-261-B1), mimeografiado.
- **MARTÍNEZ CORTIÑA, R. (1971)**, “La influencia de la metodología estructuralista en la economía”, en *Anales de Economía*, Enero-Marzo.
- **MARTÍNEZ CORTIÑA, R. (1978)**, “Andalucía en la política económica española” en *Seis Conferencias sobre economía andaluza*. IDR, Sevilla
- **MARTÍNEZ CORTIÑA, R. y SAMPEDRO, J.L. (1973)**, *Estructura económica. Teoría básica y estructura mundial*. Ariel.
- **MARTÍNEZ SERRANO, J.A., (1999)**, “Sector Servicios” en GARCÍA DELGADO, J.L. (1999) *Lecciones de Economía Española*, Edit. Civitas, Capítulo 10, páginas 255-274.
- **MARTINI, M. (ed.) (1992)**, *L’offerta di servizi innovativi per la imprese nell’area metropolitana milanese*. SIPI, Roma.
- **MARTINI, M. y VAIRETTI, U. (1989)**, *Terziario Avanzato. Prospective e modelli dell’impresa futura*. Il Sole 24 Ore, Milán.
- **MARX, C. (1972)**, *El Capital*. Edaf, Madrid.
- **MÁS, F. (1992)**, “Servicios a empresas y competitividad industrial” en *Economía Industrial* páginas 63-67.
- **MÁS, F. y CUBEL, L.E. (1997)**, “Servicios a empresas y centros tecnológicos: un análisis comparado de modelos europeos” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 141-155.

- **MASSEY, D.B. (1972)**, *Industrial Location: theory reconsidered*. Milton Keynes, The Open University.
- **MASSEY, D.B. (1984)**, *Spatial Divisions of Labour. Social Structures and the Geography of Production*. Macmillan. Londres.
- **MASSEY, D.B. (1994)**, *Space, Place and Gender*. Polity Press.
- **MASSEY, D.B. y MEEGAN, R. (1985)**, *Politics & Method. Contrasting studies in industrial geography*. Methuen. New York.
- **MAY, N. (1994a)**, “Services, espace et main d’oeuvre: division spatiale du travail et marchés de l’emploi” en BONAMY, J. y MAY, N. (1994), páginas 55-77.
- **MAY, N. (1994b)** “Développement des services et transformation des configurations urbaines” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dirs.) (1994), páginas 79-94.
- **MÉNDEZ, R. y CARAVACA, I. (1996)**, *Organización Industrial y Territorio*. Editorial Síntesis.
- **MÉRENNE-SCHOUMAKER, B. (1989)**, “La tertiarisation de Liège” in Bulletin trimestral du Crédit communal de Belgique, n° 167.
- **MÉRENNE-SCHOUMAKER, B. (1996)**, *La localisation des services*. Éditions Nathan. París.
- **MILES, I. (1985)**, *The service economy and socioeconomic development*. Falmer: Science Policy Research Unit, University of Sussex (Trabajo preparado para la UNCTAD).
- **MILLET, M. (2001)**, *La regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC*. Servicio de Estudios de la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona “la Caixa”. Colección de Estudios Económicos n° 24.
- **MINER (1996a)**, *Encuesta de servicios a la industria (ESI)*. Ministerio de Industria y Energía, Secretaría General Técnica. Madrid.
- **MINER (1996b)**, *Catálogo de la oferta de servicios tecnológicos por las empresas españolas de ingeniería y consultorías*. Colección de Manuales del Ministerio de Industria y Energía. Madrid.
- **MOMIGLIANO, F. y SINISCALCO, D. (1980)**, “Terziario totale e terziario per il sistema produttivo”, *Economia e Politica Industriale*. Rassegna trimestrale n° 25.
- **MONNOYER-LONGÉ, M.C. (1996)**, “La métropole bordelaise. Dynamique de la localisation des services aux entreprises”, en *Notes de recherche du Centre d’économie régionale d’Aix-en-Provence*, n° 182.
- **MONNOYER, M.C. y PHILIPPE, J. (1985)**, *L’interaction entre les prestataires de services et les PMI et le développement régional*. Centre d’Economie Régionale, Aix-en-Provence.
- **MONNOYER, M.C. y PHILIPPE, J. (1991)**, “Localisation factors and development strategies of producer services” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 108-117.
- **MONTESANO, A. (1998)**, “On the dynamics of manufacturing and service industries using a Leontief model”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **MORAL PAJARES, E. y LANZAS MOLINA, J.R. (2000)**, “Adaptación de la exportación española a la demanda mundial de servicios” en *Economistas* n° 84, páginas 171-177.
- **MORENO JIMÉNEZ, A. (1997)**, “Los servicios a empresas en el espacio intrametropolitano: localización, dinámicas y políticas” en *Boletín de la A.G.E.*, n° 24, páginas 29-52.
- **MORENO JIMÉNEZ, A. y ESCOLANO UTRILLA, S. (1992a)**, *Los servicios y el territorio*. Edit. Síntesis.

- **MORENO JIMÉNEZ, A. y ESCOLANO UTRILLA, S. (1992b)**, *El comercio y los servicios para la producción y el consumo*. Edit. Síntesis.
- **MORENO NAVARRO, I. (1997a)**; “Trabajo, ideologías sobre el trabajo y culturas del trabajo” en *TRABAJO. Revista Andaluza de Relaciones Laborales*, nº 3. Abril 1997. Sevilla, páginas 9-28.
- **MORENO NAVARRO, I. (1997b)**, “Quiebra de los modelos de modernidad, globalización e identidades colectivas”, *Simposio “Hacia una ideología para el S.XXI ante la crisis civilizatoria de nuestro tiempo”*, Noviembre.
- **MORILLAS RAYA, A. (1978)**, *Dependencia sectorial, especialización y desarticulación regional: un análisis comparativo*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Económicas de Málaga.
- **MORILLAS RAYA, A. (1995)**, “Aplicación de la teoría de grafos al estudio de los cambios en las relaciones intersectoriales de la economía andaluza en la década de los 80” en *Contabilidad Regional y TIO de Andalucía 1990*. I.E.A., Junta de Andalucía, páginas 91-142.
- **MORILLAS, A. y DELGADO, M. (1981)**, “Modelo explicativo de la economía andaluza” en *Estructura Económica de Andalucía*. Instituto de Desarrollo Regional, Sevilla.
- **MOULAERT, F. (Dir.) (1989)**, *La production des services et sa géographie*, Presse de l’Université de Lille I, Villeneuve d’Ascq.
- **MOULAERT, F. y DANIELS, P.W. (1991)**, “Advanced producer services: beyond the micro-economics of production” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 1-13.
- **MOULAERT, F.; MARTINELLI, F. y DEJELLAL, F. (1991)**, “The functional and spatial division of labour in information technology consultancy firms in Western Europe” en DANIELS y MOULAERT (1991), páginas 118-134.
- **MUÑOZ CIDAD, C. (1987)**, “El comercio exterior de servicios” en *Economistas* nº 29.
- **MUÑOZ CIDAD, C. (1990)**, “Comercio internacional de servicios en España” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 203-217.
- **MUÑOZ CIDAD, C. (1997)**, “Problemas de la aplicación del análisis input output a las actividades de servicios” en VELARDE, J.; GARCÍA DELGADO, J.L. y PEDREÑO, A. (coord.), capítulo 3.
- **MYRDAL, G. (1957)**, *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*. Fondo de Cultura Económica. México.
- **NAREDO, J.M. (1996)**, *La economía en evolución. Historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico*. S. XXI de España Editores, S.A.
- **NAREDO, J.M. y VALERO, A. (Dir.) (1999)**, *Desarrollo Económico y Deterioro Ecológico*. Colección Economía y Naturaleza. Fundación Argentaria.
- **NAVARRO, J.L. y CAMACHO, J.A. (2001)**, “Productivity of the Service Sector: A Regional Perspective” en *The Service Industries Journal* vol. 21, nº 1, January, páginas 123-148.
- **NORVIG LARSEN, J. (1997)**, “Competencies of Firms and Skills of Employees in Knowledge-Intensive Business Services”. *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **NOYELLE, T. J. (1983)**, “The Rise of Advanced Services” en *APA Journal*, Julio, páginas 280-290.
- **NOYELLE, T. J. (1991)**, “Transnational business service firms and developing countries” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 117-196.
- **NOYELLE, T. J. y DUTKA, A. (1988)**, *International trade in Business services*. American Enterprise Institute. Ballinger publication, Washington DC.

- **NUSBAUMER, J. (1984)**, *Les services: nouvelle donné de l'économie*. ECONOMICA. París.
- **OCDE (1988)**, *Perspectivas de empleo 1988*. Colección Informes OCDE. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.
- **OCDE (1991)**, *Perspectivas de empleo 1991*. Colección Informes OCDE. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.
- **OCDE (1996)**, *Historical Statistics*.
- **OCDE (varios años)**, *Service statistics on Value added and Employment*. OECD Publications.
- **OCHEL, W. y WEGNER, M. (1987)**, *Service Economies in Europe. Opportunities for growth*. Comission of the European Communities. Pinter Publishers. London.
- **O'FARRELL, P.N. (1980)**, "Multinational Enterprises and Regional Development; Irish Evidence" en *Regional Studies*, Vol. 14.
- **O'FARRELL, P.N. y HITCHENS, DMWN. (1990)**, "Producer services and regional development: a review of some major conceptual policy and research issues" en *Environment and Planning A* vol. 22, páginas 1141-1154.
- **O'FARRELL, P.N.; HITCHENS, DMWN. y MOFFAT, LAR. (1993)**, "The Competitiveness of Business Services and Regional Development: Evidence from Scotland and the South East of England" en *Urban Studies*, Vol 30, nº 10, páginas 1629-1652.
- **O'FARRELL, P.N.; MOFFAT, LAR. y HITCHENS, DMWN. (1993)**, "Manufacturing demand for business services in a core and peripheral region: does flexible production imply vertical disintegration of business services?" en *Regional Studies*, nº 27, páginas 385-400.
- **O'FARRELL, P.N. y WOOD, P.A. (1997)**, "Formation of Strategic Alliances in Business Services: towards a new client oriented conceptual framework". *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **ORTÍZ MOLINA, J. (2001)**, "Legales, ilegales y otros trabajadores: el desconcierto migratorio" en *Desde el Sur. Cuadernos de Economía y Sociedad* nº 11.
- **OSUNA LLANEZA, J.L. (2000)**, "El sector pesquero andaluz; estrangulamientos y tendencias" en *Cuadernos Económicos de Granada*, nº 12.
- **OSUNA LLANEZA, J.L. (2001a)**, *Estudio de prospección del mercado de trabajo y detección de necesidades formativas en el sector audiovisual de Andalucía*. Fundación Audiovisual de Andalucía. Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. Junta de Andalucía.
- **OSUNA LLANEZA, J.L. (2001b)**, "La evaluación de las políticas de empleo". *XXVII Reunión de Estudios Regionales*. Asociación Española de Ciencia Regional. Madrid.
- **OSUNA LLANEZA, J.L. (2001c)**, "Hacia la mejora de la gestión pública: una reflexión sobre la evaluación de programas". *VII Semana Europea de la Calidad*. Egailán, Bilbao.
- **OSUNA LLANEZA, J.L. y MÁRQUEZ GUERRERO, C. (Coords.) (2000)**, *Guía para la evaluación de políticas públicas*. IDR, Sevilla.
- **PALENZUELA, P. (1995)**, "Las culturas del trabajo: una aproximación antropológica" en *Sociología del Trabajo*, nº 24, Madrid, páginas 3-28.
- **PALLOIX, CH. (1975)**, *Las firmas multinacionales y el proceso de internacionalización*. S.XXI.
- **PALLOIX, CH. (1978)**, *La internacionalización del capital*. H. Blume Ediciones.
- **PASCUAL i ESTEVE, J.M. (1990)**, "Los Servicios Avanzados a las Empresas en la Estrategia de las Ciudades" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 169-172.

- **PEAT MARWICK MCLINTOCK (1988)**, *The cost of non Europe for Business Services*. Research on the cost of non-Europe. Basic finding, vol. 8. European Commission, Bruselas y Luxemburgo. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **PECK, F.; STONE, I. y ESTEBAN, M. (1996)**, "Impacto de los parques tecnológicos en el desarrollo regional. El caso de Andalucía" en *Economía Industrial* nº 309, páginas 75-84.
- **PELLEGRINI, G. (1988)**, "L'analisi della integrazione tra settori industriali e settori terziari in un contesto multisettoriale: alcune evidenze empiriche" en *Rivista di Politica Economica*.
- **PERRY, M (1990)**, "Business service specialization and regional economic change", en *Regional Studies*, 24, páginas 195-209.
- **PERRY, M. (1991)**, "The capacity of producer services to generate regional growth: some evidence from a peripheral metropolitan economy" en *Environment and Planning A* vol. 23, páginas 1331-1347.
- **PERRY, M (1992)**, "Flexible production, externalization and the interpretation of business services growth", en *Service Industries Journal*, 12(1), páginas 1 a 16.
- **PETIT, P. (1983)**, *Slow Growth and the Service Economy*. Francis Printer. Londres. Consultada la edición en castellano: *El crecimiento lento y la economía de los servicios* (1987). Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.
- **PETIT, P. (1991)**, "Institutional changes and provision of market services: lessons from the banking sector" en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), páginas 47-58.
- **PETIT, P. (1994)**, "Formes de services et modes d'internationalization des économies" en DE BANDT y GRADEY (1994), páginas 281-306.
- **PHILIPPE, J. (1998)**, "Offer of services by goods exporters. Strategic and marketing dimensions". *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **PIORE, M.J. y SABEL, C. (1984)**, *The Second Industrial Divide*, Basic Books, Nueva York. (Consultada traducción española: *La segunda ruptura industrial*. Alianza Universidad, Madrid, 1990.)
- **POLÈSE, M (1994)**, *Économie urbaine et régionale. Logique spatiale des mutations économiques*, ECONOMICA, Paris, coll. "Bibliothèque de science régionale".
- **PORAT, M.U. (1977)**, *The Information Economy*. Tesis doctoral, Stanford University. Office de Telecommunications Policy, Department of Commerce. (Referencia tomada de Rubalcaba, 1996).
- **PORTER, M.E. (1980)**, *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Versión española: *Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. CECSA, Méjico, 1987.
- **PORTER, M.E. (1990)**, *The competitive advantage of nations*. Macmillan, Londres.
- **POU SERRADELL, V. (1990)**, "Los servicios a las empresas desde la perspectiva de la CEE" en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 63-83.
- **PRED, A. (1967)**, *Behavior and Location*. Greerup, Lund Studies in Geography. Series B.
- **PRED, A. (1977)**, *City Systems in Advanced Economies*. Hutchinson, Londres.
- **PREISSL, B. (1998)**, "Knowledge-Intensive Business Services and Innovation in Germany". *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 de Octubre.
- **PRETECEILLE, E. (1994)**, "Paradojas políticas de las reestructuraciones urbanas, globalización de la economía y localización de lo político" en ALABERT, A.; GARCÍA, S. y GINER, S. (comps.) *Clase, Poder y Ciudadanía*. Madrid Siglo XXI, páginas 61-96.

- **PULIDO, A. y FONTELA, E. (1993)**, *Análisis Input-Output: modelos, datos y aplicaciones*. Ed. Pirámide, Madrid.
- **QUASAR (1991)**, *Modelo de Política Industrial de Servicios a Empresas en la C.A. del País Vasco*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- **QUASAR (1995)**, *Política industrial y servicios a empresas en la UE*. QUASAR, S.A.
- **RAYMOND, J.L. (1992)**, “La inflación dual en España: Comportamiento de los precios de los sectores industrial y de servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 52-53.
- **REMY, J. (1966)**, *La ville, phénomène économique*. Ed. Ouvrières, Bruxelles. (Referencia tomada de Bailly y Maillat, 1988).
- **RESER (1995)**, *Réseaux et Sociétés de conseils en Europe. Consultancy Services Networks in Europe*. Serdeco Editions, Aix en Provence.
- **RICHARDSON, R. (1997)**, “Teleservices and the location of employment: evidence from Western Europe”. *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **RIVAS CASADO, M. (1990)**, “Servicios avanzados y política regional ante el reto de la competitividad. Referencias al caso andaluz”. *III Reunion de Geografía Industrial*. Asociación de Geógrafos españoles. Universidad de Sevilla.
- **ROBERTS, J. (1998)**, *Multinational Business Service Firms*. Ashgate. Aldershot.
- **ROBERTS, J. (1999)**, “The internacionalization of Business Service Firms: a stages approach”, en *The Services Industries Journal*, octubre de 1999, vol. 19, nº 4.
- **ROCHFERT, M. (1976)**, *Les Activités Tertiaires. Leur rôle dans l'organisation de l'espace. Tome I: Formes de relations entre activités tertiaires et organisation de l'espace*. Editions C.D.U. & SEDES. París.
- **ROCHOUX, J.I. (1998)**, “Les services aux entreprises: consommation intermédiaire ou élément d'accumulation?”. *VIII Conferencia de RESER*. Berlin, 8-10 Octubre.
- **RODRÍGUEZ, J. y CURBELO, L. (1990)**, “Cambio estructural y adaptabilidad de la economía andaluza en los años ochenta” en *Estudios Regionales*, nº 28, páginas 139-158.
- **RODRÍGUEZ ALBA, J. (1997)**, *Gasto Público y Fomento Económico en los Espacios Regionales. El caso de Andalucía*. Tesis doctoral inédita.
- **RODRÍGUEZ MUÑO, V. (1997)**, “Especialización, concentración sectorial y crecimiento en las tres Españas económicas en el período 1962-1993” en *Revista Asturiana de Economía – RAE*, nº 10, páginas 171-195.
- **ROMÁN, C. (1987)**, *Sobre el Desarrollo Económico de Andalucía*. Ed. Arguval, Málaga.
- **ROMÁN, C. (1993)**, *Análisis medioambiental de la Estructura Económica de Andalucía*. Monografías de Economía y Medioambiente, nº 5, Junta de Andalucía.
- **ROMÁN, C.; OSUNA, J.L. y RODRÍGUEZ, J. (2000)**, “Globalización y regiones: oportunidad para el desarrollo regional” en *II Reunión de Economía Mundial*. Universidad de León.
- **ROUSSET-DESCHAMPS, M. (1994)**, "Métropolisation et formes géographiques de la production servicielle" en BONAMY y MAY, (1994), páginas 203-218.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1992a)**, “1993 y la supresión de barreras en los servicios a empresas” en *Economistas: 1991, un balance*, páginas 342-347.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1992b)**, “Servicios a empresas: la situación de España en la CEE” en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 312-317.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1993)**, “La internacionalización de los servicios a empresas” en *ICE* nº 719, páginas 148-167.

- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1996a)**, “La situación actual de los servicios a empresas en España” en *Economistas* nº 69, páginas 491-497.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1996b)**, *Los servicios a empresas en Europa: crecimiento y asimetrías*. Tesis doctoral. Madrid.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1997)**, “Servicios a empresas: marco analítico, magnitud y evolución reciente en Europa” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 21-43.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (2001)**, *La economía de los servicios a empresas en Europa*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. y CUADRADO, J.R. (1997)**, “La concentración de servicios a empresas en Europa”, *Economía Industrial* nº 313, páginas 115-127.
- **RUBALCABA, L. y VILLAGÓMEZ, E. (1997)**, “Employment in european business services and the spanish case”. *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **RUBALCABA, L.; ORTÍZ, A. y MANCHA, T. (1998)**, “Crecimiento, productividad y servicios avanzados en Europa: implicaciones para la política económica”. *Documento de trabajo nº 1/98*. SERVILAB. Alcalá de Henares.
- **RUBALCABA, L.; ORTÍZ, A.; GAGO, D. y CUADRADO, J.R. (1998)**, *Crecimiento y geografía de los servicios a empresas en el contexto de la nueva sociedad servindustrial: el caso de la Comunidad de Madrid*. Instituto de Estadística. Consejería de Hacienda. Comunidad de Madrid.
- **RUBIERA, F. (2001)**, “Salarios y servicios: nuevas tendencias apuntadas al final de la década de los 90”, en *Economistas, España 2000: un balance*, nº 87, páginas 252-262.
- **RUBIERA, F. ; VICENTE, M.R. y QUINDÓS, M.P. (2002)**, “Instrumentos virtuales de conexión oferta-demanda en el sector de los servicios avanzados a las empresas del Principado de Asturias”. *XVI Reunión ASEPELT* celebrada en la Universidad San Pablo Ceu (Madrid) los días 20 y 21 de Junio.
- **RUEDA, J.M. (2000)**, “El complejo agroalimentario en Andalucía según el Marco Input-Output 1995. Un estudio comparativo sobre una década” en *Informe Anual del Sector Agrario 1999*. Analistas Económicos de Andalucía. Málaga.
- **RUYSEN (1987)**, “The new deal in services: A challenge for Europe” in AKEHURST, G. y GADREY, J. (Eds.), *The economics of services*. Frank Cass, Londres.
- **SABOLO, Y. (1975)**, *The service industries*. International Labour Office, Ginebra.
- **SADEI (Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales) (1997)**, “Los servicios a las empresas en Asturias (1990-1995)” en *Revista Asturiana de Economía-RAE* nº 10, páginas 283-291.
- **SÁEZ, F. (1990)**, “El empleo en las actividades de servicios” en *Papeles de Economía Española* nº 42, páginas 123-136.
- **SÁEZ, F. y Otros (FEDEA) (1993)**, *Los Servicios en España: Situación y Tendencias*. Mundi-Prensa, Madrid.
- **SAMPEDRO, J.L. (1972)**, *Conciencia del Subdesarrollo*. Salvat-Alianza.
- **SAMPEDRO, J.L. (1974)**, “Población y desarrollo económico” en *Información Comercial Española*, Diciembre.
- **SAMPEDRO, J.L. (1978a)**, “Regiones y dependencias” en *Revista de Estudios Agrosociales*, Abril-Junio.
- **SAMPEDRO, J.L. (1978b)**, “El desarrollo integral” en *Calidad de vida y medio ambiente*. Ediciones Deusto. Bilbao.
- **SAMPEDRO, J.L. (1978c)**, “La teoría de la dependencia y el desarrollo regional” en *Revista de Estudios Regionales, nº 1, Enero-Junio*. Páginas 19-29.

- **SAMPEDRO, J.L. (1978d)**, “Estructura y cambio en la economía andaluza” en *Seis Conferencias sobre Economía Andaluza*. I.D.R. Sevilla.
- **SAPIR (1993)**, “Dimensión de los diferentes sectores en la industria de servicios” y “La estructura de los servicios en Europa: un marco conceptual” en *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, nº 3/1994, Madrid.
- **SAPIR (1999)**, “The General Agreement on Trade in Services from 1994 to the Year 2000” en *Journal of World Trade* 33, vol.1, páginas 51-66.
- **SASSEN, S. (1991)**, *The Global City: New York, London and Tokyo*. Princeton University Press.
- **SASSEN, S. (1996)**, *Losing control? Sovereignty in an Age of Globalization*. Columbia University Press, New York.
- **SASSEN, S. (1998)**, “Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos”, *Revista eure* vol. XXIV, nº 71, páginas 5-25, Santiago de Chile.
- **SAYER, A. y WALKER, R. (1992)**, *The new social economy. Reworking the division of labor*. Basil Blackwell Ltd. Consultada versión en castellano: *La nueva economía social. Reelaboración de la división del trabajo*. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1994.
- **SENN, L. (1991)**, “Il fabbisogno dei servizi reali da parte delle imprese manifatturiere lombarde” en Unioncamere (Ed.): *Offerta e domanda di servizi in Lombardia*. Milán. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **SERRADELL, V. (1990)**, “Los servicios a las empresas desde la perspectiva de la CEE” en *Papeles de Economía Española*, nº 42, páginas 68-84.
- **SERRANO, J.M. (1996)**, “Regionalización de las grandes empresas mundiales mediados los años noventa. Algunas consideraciones geográficas” en *Papeles de Geografía* nº 23-24, páginas 299-320.
- **SINGELMAN (1974)**, *The sectoral transformation of the Labor Force in seven industrialized Countries, 1920-1960*. PhD dissertation. The University of Texas, Austin.
- **SINGELMAN (1978)**, *From agriculture to services: the transformation of industrial employment*. Sage Publications. Beverly Hills.
- **SJOHOLT, P. (1997)**, “Skills in services. The dynamics of competence requirement in different types of advanced producer services. Some evidence from Norway”. *VII Conferencia de RESER*, Roskilde University, Danemark. Septiembre.
- **SMITH, A. (1776)**, *The Wealth of Nations*. Consultada la versión española *La riqueza de las naciones* (1979), Fondo de Cultura Económica.
- **SMITH (1981)**, *Industrial Location. An economic geographical analysis*. John Wiley and Sons, 2ª edición. New York.
- **SOY, A (1993)**, *Els serveis a les empreses i el desenvolupament regional i urbà: el cas de la regió metropolitana de Barcelona*. Tesis doctoral.
- **SOY, A (1997)**, “Servicios a empresas y desarrollo regional y urbano: el caso de Cataluña” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 105-113.
- **STANBACK, T.M. Jr. (1979)**, *Understanding the Service Economy*. The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London.
- **STANBACK, T.M. Jr., BEARSE, P.J., NOYELLE, T. y KARASEK, R.A. (1981)**, *Services: the new economy*. Allenheld & Osmar, Totawa, NJ.
- **STIGLER, G.J. (1951)**, “The division of labour is limited by the extent of the market” en *Journal of Political Economy*, 59, páginas 185-200.
- **STIGLER, G.J. (1956)**, *Trends in employment in the Service Industries*. Princeton University Press, Princeton.
- **STORPER, R. y WALKER, R. (1994)**, *The capitalism Imperative: Territory, Technology and Industrial Growth*. Blackwell. Oxford.

- **STÖHR, W. y TÖDTLING, F. (1978)**, “Equidad espacial: algunas tesis contrarias a la doctrina actual del desarrollo regional” en *Revista de Estudios Regionales*, n° 1, Enero-Junio. Páginas 159-184.
- **TIMBERGEN, J. (1962)**, *Shaping the world economy*. The Twentieth Century Fund, Inc. New York. Consultada la versión en Castellano: *Hacia una economía mundial* (1970). Oikos-tau, S.A. ediciones.
- **TORRES BERNIER, E. (1978)**, “La región como base del desarrollo regional” en *Revista de Estudios Regionales*, n° 1, Enero-Junio, páginas 135-157.
- **TORRES LÓPEZ, J. (2000)**, “El Neoliberalismo”, en *Desde el Sur. Cuadernos de Economía y Sociedad* n° 4.
- **URBANO MARMOL, A. y RIVAS CASADO, M. (1991)**, “Servicios Avanzados a la Empresa: Estrategia de Promoción en las Ciudades Medias” en las *Jornadas sobre Ciudades Medias*. Consejería de Obras Públicas y Transportes. Dirección General de Ordenación del Territorio, páginas 163-175.
- **VELARDE, J.; GARCÍA DELGADO, J.L. y PEDREÑO, A. (coords.) (1997)**, *El sector terciario de la economía española*. Economistas Libros.
- **VELTZ, P. (1996)**, *Mondialisation, villes et territoires. L'économie d'archipel*. PUF, coll. “Économie en liberté”, Paris. Consultada versión traducida *Mundialización, Ciudades y Territorios*, 1999. Ariel.
- **VILALTA, E. (2000)**, “Las tecnologías de la información en la empresa del siglo XXI” en *Economistas* n° 84, páginas 312-319.
- **VILLAR, F.J. (1996)**, “Los servicios a las empresas como factor local de desarrollo” en las *V Jornadas de Economía Crítica*. Santiago de Compostela, 17-18 de Mayo.
- **VIÑALS, J. (1997)**, *Política monetaria e inflación: de la teoría a la práctica*. Servicios de Estudios del Banco de España.
- **VIÑAS, A. (1975)**, “La interpretación estructural de la ciencia económica” en *Revista de Economía Política*. Septiembre-Diciembre.
- **VIÑAS, A. (1978)**, *Dominación y dependencia de la economía internacional. Lecturas seleccionadas*. Ed. I.C.E. Madrid.
- **WALKER, R.A. (1985)**, “Is There a Service Economy? The Changing Capitalist Division of Labor” en *Science & Society*, n° 1.
- **WALLERSTEIN, I. (1974)**, *The Modern World-System*. Consultada la versión en castellano *El moderno sistema mundial*. Madrid Siglo veintiuno.
- **WALLERSTEIN, I. (1974)**, *The Modern-World System III: The Second Era of Great Expansion of the Capitalist World-Economy, 1730-1840s*. Academic Press, New York.
- **WESTAWAY, J. (1974)**, “The Spatial Hierarchy of Business Organizations and Its Implications for the British Urban System”, en *Regional Studies* vol.8.
- **WILLIANSON, O.E. (1971)**, “The vertical integration of production: market failure considerations”. *American Economic Review*, 61, páginas 112-123. (Referencia tomada de Rubalcaba, 2001).
- **WILLIANSON, O.E. (1980)**, “Transaction Costs Economics: the Governance of Contractual Relations”, en *Journal of Law and Economics*, vol. 22. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **WILLIANSON, O.E. (1986)**, “Vertical Integration and Transaction Costs”, en STIGLITZ, J.E. y MATHEWSON, G.F. (dir), *New Developments in the Analysis of Market Structure*, MacMillan, London. (Referencia tomada de Martinelli, 1989a).
- **WOOD, P. A. (1986)**, “The anatomy of job loss and job creation: some speculations on the producer services sector” en *Regional Studies*, vol. 20, páginas 37-46.

- **WOOD, P. A. (1991)**, “Flexible accumulation and the rise of business services” en *Transactions Institute of British Geographers*, N.S. 16, páginas 160-172.
- **WOOD, P. (1997)**, “El crecimiento de los servicios a empresas: implicaciones para estudios de reestructuración económica y desarrollo regional” en *Economía Industrial* nº 313, páginas 45-57.
- **ZURBANO, M. (1996)**, *Los servicios a empresas en la reestructuración productiva y espacial de las economías de antigua industrialización: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. UPV/EHU, Bilbao. (Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco, 1991).
- **ZURBANO, M. y MORENO, J. (1999)**, “Changes in the structure of production and development of the service sector in the Basque Autonomous Community, 1990-95”. *IX Conferencia Internacional de RESER* celebrada en Alcalá de Henares los días 7 y 8 de Octubre.
- **ZURBANO, M y GUENAGA, G. (1999)**, “Empleo, regulación y norma competitiva en los servicios de la CAPV” en *EKONOMIAZ*, nº 44, 2º trimestre, páginas 116-143.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

**ANEXO 1:
CLASIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE
SERVICIOS**

Clasificación de las actividades de servicios.

La clasificación de los servicios no ha sido tarea fácil. Los pioneros en este sentido fueron Fisher (1935) y Clark (1940), con sus tipologías sectoriales de las actividades económicas, en la que diferenciaban entre “Sector Primario”: agricultura, pesca y explotaciones forestales; “Sector Secundario”: industrias de transformación, es decir, manufacturas, y “Sector Terciario”: actividades de servicios. Ambos autores asignaron a los servicios un papel residual en sus respectivas clasificaciones sectoriales de las actividades económicas. Ambas clasificaciones difieren entre sí, y también con las realizadas por Fourastié y Kuznets, pero además, incluso un mismo autor, como es el caso de Clark y de Kuznets, utilizan distintas clasificaciones en diferentes obras, lo cual es un reflejo de las dificultades que se presentan a la hora de intentar llevar a cabo esta tarea.

Fourastié (1949) realizó una clasificación de las actividades económicas basada en sus estudios sobre la productividad, a la que hemos hecho referencia en el capítulo 1, al repasar las distintas aportaciones al concepto de servicios.

Foote y Hatt¹ (1953), dada la heterogeneidad de las actividades incluidas en el sector terciario de Fisher y Clark, propusieron su desagregación sobre la base de la naturaleza del consumo, quedando dividido el sector servicios del siguiente modo:

- Sector Terciario: restauración, hostelería, recuperación y reparación de materiales y mantenimiento.
- Sector Cuaternario: transportes, comunicaciones, comercio y finanzas.
- Sector Quinario: salud, educación, administración y actividades lúdico-recreativas.

Greenfiel (1966) utilizó como criterio de clasificación la naturaleza de los servicios y distingue entre servicios perecederos, semidurables y de larga duración. A él se debe la distinción, de gran aceptación entre los economistas, basada en el mercado destinatario de los servicios, que separa por un lado los servicios a las empresas, que son servicios ligados a la producción o demanda intermedia, y los servicios a la población, destinados a la demanda final –familias o individuos-. Esta dicotomía tiene una dificultad práctica y es la de discernir qué servicios caen en cada categoría, ya que hay muchos que pueden encajarse en cualquiera de las dos.

A partir de los sesenta, estas dificultades se deben a que, en algunos casos, no resulta fácil distinguir una actividad de servicios de otra de tipo industrial. Durante los años setenta proliferan los estudios acerca del sector y las clasificaciones sobre el mismo. Una de estas primeras clasificaciones es la de Sabolo (1975), que distingue entre servicios finales, o de consumo final, a los cuales subdivide en “tradicionales” (actividades domésticas, comercio al detalle, etc.), y “nuevos” (turismo, actividades de ocio, etc.), y servicios intermedios, que son aquellos destinados a los productores de bienes y a los productores de otros servicios, siendo, por tanto, complementarios de la

¹ Foote, N.N. y Hatt, P.K. (1953), “Social Mobility and Economic Advancement” en *American Economic Review*, vol. 43, págs. 364-378, citado en García y Sanz (1992).

producción (transporte, comunicaciones, servicios bancarios, Servicios a Empresas, etc.).

Poco antes, Katouzian (1970), sobre la base de la naturaleza de los servicios y su impacto en las formas de consumo, diferenció entre:

- *Servicios tradicionales*: servicios personales y domésticos
- *Servicios complementarios*: servicios bancarios, financieros, transporte y comercio. Están directamente relacionados con las industrias de transformación de bienes y con los cambios en el contexto productivo, aumentando en respuesta al crecimiento de la demanda.
- *Servicios nuevos*: educación, sanidad y servicios recreativos en general. Se desarrollan en las sociedades industriales más avanzadas, habiéndose convertido en servicios de consumo colectivo, por oposición al consumo de “elite” que tuvieron en las antiguas sociedades preindustriales.

Gottmann²(1970), basándose en la naturaleza del empleo, considera que, mientras que el sector terciario tradicional engloba las actividades de transporte, servicios personales, servicio doméstico, comercio, distribución, comunicación, etc., en las áreas metropolitanas ha emergido un nuevo conjunto de actividades a las que incluye en el denominado sector cuaternario, y que son las actividades artísticas, directivas, gerenciales, de gobierno, educación, investigación y financieras.

Johnston³(1975), al considerar que la principal diferencia entre los sectores económicos radicaba en la variación de los precios de los productos y su contribución a la inflación, propuso distinguir entre servicios de mercado o destinados a la venta y servicios de no mercado o no destinados a la venta.

La propuesta de Hill (1977) también utiliza el criterio usado con más frecuencia basado en las características de los agentes demandantes y de las formas de consumo de los servicios, y distingue entre:

- Servicios que afectan a personas, que también incluyen los servicios de información.
- Servicios que afectan a bienes materiales o que transforman la condición de éstos, que son las únicas actividades de servicios que se consideran productivas.
- Servicios públicos “puros” destinados a controlar a los agentes sociales

Browning y Singelman (1978), dentro de lo que denominan una clasificación sectorial amplia, distinguen cuatro categorías básicas en los servicios, en las que incluyeron veintisiete tipos de actividades: servicios de distribución, servicios a la producción, servicios sociales y servicios personales. Esta clasificación (véase Tabla A1.1), dada su correspondencia con la clasificación internacional de actividades económicas (NACE-CLIO), se ha aplicado de manera sistemática en estudios posteriores sobre los servicios.

² Gottmann, J. (1970), “Urban centrality and the interweaving of quaternary activities” en *Ekistics*, v.29, págs. 322-331. (citado en García y Sanz, 1992).

³ Johnston, J. (1975), “A macro model of inflation” en *Economic Journal*, vol. 85, págs. 288-308 (citado en García y Sanz, 1992).

Tabla A1.1– Tipología de los servicios según Singelmann

1.	Servicios de distribución:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transporte y almacenaje ▪ Comunicaciones ▪ Comercio al por mayor ▪ Comercio al por menor (excepto comida y bebida)
2.	Servicios a la producción:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios bancarios y financieros ▪ Seguros ▪ Servicios inmobiliarios ▪ Ingeniería y arquitectura ▪ Servicios contables ▪ Servicios legales ▪ Otros servicios a la producción
3.	Servicios sociales:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios sanitarios ▪ Servicios hospitalarios ▪ Educación ▪ Religión y bienestar ▪ Organizaciones sin fines de lucro ▪ Servicios postales ▪ Administración Pública ▪ Otros servicios sociales
4.	Servicios personales:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios domésticos ▪ Hoteles y Alojamiento ▪ Restaurantes, bares y cafeterías ▪ Reparación y recuperación ▪ Lavandería y limpieza ▪ Peluquería y belleza ▪ Servicios lúdico-recreativos ▪ Otros servicios personales.

Fuente: Singelmann, 1978.

La clasificación de Browning-Singelman tiene varias ventajas a la hora de relacionar las actividades de servicios en términos de sus funciones económicas, pero no puede separar claramente los servicios al productor de los servicios al consumidor. Noyelle y Stanback⁴(1982) desarrollan esta clasificación y distinguen como principales sectores de servicios: servicios distributivos (iguales que en la clasificación de Browning-Singelman, pero no incluyen el comercio minorista, que lo consideran aparte), conjunto de actividades societarias (son los servicios de producción de la clasificación de Browning-Singelman), servicios no lucrativos, comercio minorista, servicios al consumidor (son los anteriormente denominados servicios personales) y Administraciones Públicas (Administraciones Públicas y servicios no lucrativos componen lo que Browning-Singelman denominaban servicios sociales).

Es en los años ochenta cuando se pone de manifiesto un auténtico afán por clasificar los servicios. Una de las propuestas más relevantes es la de Momigliano y Siniscalco (1980) (véase Tabla A1.2).

⁴ Citado en González (1990).

Tabla A1.2– Tipología de los servicios según Momigliano y Siniscalco

- Terciario para la demanda final.
- Terciario para el sistema productivo, constituido por una amplia gama de servicios de demanda intermedia, a su vez integrados en:
 - Terciario para la producción de bienes destinados a la demanda final:
 - Terciario para la agricultura
 - Terciario para la industria
 - Terciario para la construcción
 - Terciario para la producción de terciario destinado a la demanda final.
 - Terciario destinado a la venta
 - Terciario no destinado a la venta

Fuente: Momigliano y Siniscalco, 1980.

Nusbaumer (1984) realiza una clasificación funcional de los servicios (ver Tabla A1.3), en la que diferencia las actividades de servicios según su movilidad, distinguiendo entre servicios comercializables a escala internacional y servicios prestados “in situ”; su durabilidad, diferenciando entre servicios duraderos y no duraderos, y según el destinatario del servicio, en cuyo caso los clasifica en servicios primarios, intermedios y finales.

Tabla A1.3- Clasificación Funcional de los servicios

	SERVICIOS PRIMARIOS	SERVICIOS INTERMEDIOS	SERVICIOS FINALES
Servicios comercializables a escala internacional	Reparaciones	Transportes	
		Seguros	
		Servicios financieros	
		Servicios a empresas	Servicios recreativos
		Alquileres	
		Proceso de datos	
Servicios prestados “in situ”		Servicios auxiliares	Servicios recreativos
		Servicios de embalaje	S. domésticos y personales
		Gestión inmobiliaria	
		Comercio, restaurantes y hostelería	
		Administración	
		Seguros	
Servicios duraderos		Servicios financieros	
		Gestión inmobiliaria	
		Administración	
		Alquileres	
		Tratamiento de datos	
Servicios no duraderos	Reparaciones y limpieza	Transportes	
		Comercio, restaurantes y hostelería	
		Servicios auxiliares	Servicios recreativos
		Servicios de embalaje	S. domésticos y personales
		Gestión inmobiliaria	
		Proceso de datos	

Fuente: Nusbaumer, J. (1987)

Barcet y Bonamy (1985), retomando algunas de las hipótesis realizadas en trabajos anteriores sobre el crecimiento de los servicios a la producción, plantean una clasificación de las actividades terciarias utilizadas por las empresas industriales, distinguiendo tres grandes grupos de funciones de servicios: funciones de administración general, funciones

comerciales y de transporte y distribución, y funciones de administración de la producción. (Véase Tabla A1.4)

Tabla A1.4- Tipología de las Funciones de Servicios según Barcet y Bonamy

A) Administración general:

A.1) Función administrativa:

- Asesoría legal
- Asesoría jurídica general
- Seguros generales
- Infraestructura y locales

A.2) Función contable y financiera:

- Contabilidad general
- Contabilidad analítica
- Control de la gestión-Auditorías
- Gestión financiera
- Otras

A.3) Funciones de servicios generales:

- Seguridad
- Jardinería y mantenimiento de edificios
- Limpieza
- Restauración

A.4) Funciones de personal

- Pago de personal
- Gestión de personal
- Formación
- Selección de personal
- Servicios médicos de empresa
- Servicios sociales de empresa

A.5) Funciones informáticas:

- Información y gestión
- Estudios de gastos y costes
- Planes de explotación racional de los recursos
- Informática de producción
- Elaboración/adaptación de programas (hardware y software)
- Estudios y proyectos

B) Funciones comerciales y de transporte

B.1) Comerciales:

- Ventas
- Compras
- Representación
- Comercialización en mercados extranjeros
- Marketing
- Publicidad
- Traducción

B.2) Transporte y mantenimiento

- Transporte de personal
- Transporte de mercancías
- Gestión de stocks
- Almacenamiento
- Mantenimiento

C) Funciones de administración de la producción

- Organización del trabajo
- Investigación
- Estudios
- Control de calidad
- Prototipos
- Maquinaria especializada
- Métodos de racionalización de la producción
- Planificación
- Reparación y mantenimiento
- Localización de medios de producción
- Ingeniería de nuevas instalaciones.

Fuente: Barcet y Bonamy, 1985.

De forma que la tradicional clasificación de las actividades económicas en tres sectores, en la que los servicios representaban un papel marginal, queda desfasada. En las economías avanzadas los flujos de los servicios al resto del sistema productivo son estratégicos, especialmente en la facilitación del “desarrollo económico”, convirtiéndose en la principal fuerza de cambio del conjunto de la economía.

La aproximación desde el estudio de las transformaciones en la naturaleza del proceso de trabajo, también ha servido para establecer algunos criterios de reclasificación. Así, por ejemplo, Gadrey (1986) distingue entre:

- Servicios paraproductivos, que no forman parte intrínseca del proceso productivo, pero pueden afectarlo, y se caracterizan porque sus actividades se estandarizan de forma creciente y porque normalmente acompañan al resto de las actividades de producción, pudiéndose distinguir entre las que modifican o mueven productos tangibles, las que comercializan/venden estos productos y las que mueven personas.
- Servicios de producción intangible, que intervienen en mayor medida en el proceso productivo, favoreciendo un entorno de mejora de la productividad de los servicios o ramas de actividad que utilizan dichos servicios como inputs. En ellos es difícil la medida de los productos e incluyen los Servicios a Empresas, los financieros y los de I+D.
- Servicios de carácter inmaterial destinados a personas, en los que también es difícil la medida del producto, como educación, sanidad y servicios recreativos.
- Servicios de organización, que son los prestados por las Administraciones Públicas.

Bailly y Maillat (1987) han propuesto una nueva clasificación, en la que el sistema productivo está constituido por establecimientos o empresas que se pueden dividir según cuatro funciones o roles: fabricación, circulación, distribución y regulación. (Véase Tabla A1.5). Estas empresas o establecimientos son clasificadas según los tipos de empleos existentes en su interior, llegándose a una tipología de establecimientos según las siguientes funciones:

- Investigación y desarrollo.
- Aprovisionamiento-almacenamiento.
- Organización.
- Ejecución-explotación.
- Gestión y control.
- Mantenimiento.
- Comercialización y ventas.

Tabla A1.5- Tipología de las actividades económicas según Bailly y Maillat

1.- Fabricación

- 1.1- Recursos físicos:
 - Materias primas y energía
 - Electricidad, agua y gas
 - Extracción de materiales
 - Agricultura, ganadería y pesca
 - Protección medioambiental y saneamiento
- 1.2- Construcción e ingeniería civil
- 1.3- Bienes manufacturados

2- Circulación

- 2.1- Flujos físicos y de personas:
 - Transporte de materiales y de personas
 - Transacciones:
 - Comercio al por mayor
 - Intermediarios del comercio
- 2.2- Flujos de información:
 - Transmisión de información
 - Tratamiento de información
 - Destinado a las empresas
 - Destinado a la población
- 2.3- Flujos financieros:
 - Bancos
 - Seguros
 - Otras Sociedades Financieras

3- Distribución

- 3.1- Individual:
 - Reparación de bienes y vehículos
 - Alojamiento y restauración
 - Comercio al por menor
 - Servicios personales
- 3.2- Colectiva:
 - Sanidad
 - Educación
 - Cultura, ocio, deporte, etc.

4- Regulación

- 4.1- Pública
- 4.2- Privada
- 4.3- Internacional

Fuente: Bailly y Maillat, 1987

Esta clasificación, útil para el estudio de los cambios y características de las sociedades avanzadas, está diseñada para mostrar simultáneamente la actividad principal de los establecimientos productivos y las funciones de trabajo realizadas en el interior de los establecimientos. Con lo primero se puede conocer el papel de las actividades del establecimiento en el conjunto del sistema productivo, y con lo último, se puede constatar la

evolución de su organización interna y, de este modo, reconocer los niveles de terciarización del trabajo ocupado y el impacto en el proceso de producción.

Los datos estadísticos, primeramente informan de acuerdo con las clasificaciones por sector, basadas en la naturaleza de los productos principales de las empresas o establecimientos. Las clasificaciones internacionales han sido establecidas por la ONU (The International Standard Industrial Classification, ISIC) y la Unión Europea (Nomenclature des Activités dans les Communautés Européennes, NACE). Tradicionalmente estas clasificaciones han sido muy insatisfactorias con respecto a las actividades de servicios, para las que sólo habían 4 categorías:

6. Comercio, hoteles y restaurantes.
7. Transportes y comunicaciones.
8. Servicios financieros y a las empresas.
9. Otros servicios.

La revisada “NACE rev 1” muestra algunas mejoras, distinguiendo dentro del sector terciario:

- G. Comercio, reparación de automóviles y artículos domésticos.
- H. Hoteles y restaurantes.
- I. Transportes y comunicaciones.
- J. Actividades financieras.
- K. Bienes raíces, leasing y Servicios a las Empresas.
- L. Administración pública.
- M. Educación.
- N. Sanidad y servicios sociales.
- O. Tratamiento de desechos, asociaciones, actividades recreativas, culturales y deportivas, servicios personales.
- P. Servicio doméstico.
- Q. Diplomacia, organizaciones internacionales.

También hay un International Standard Classification of Occupations (ISCO), pero sólo algunos países publican datos de acuerdo con ella. Las principales clases de servicios son:

- 0/1. Profesionales, técnicos y trabajadores conexos.
 2. Trabajadores administrativos y de gestión.
 3. Oficinistas y trabajadores conexos.
 4. Vendedores.
 5. Trabajadores de servicios.

La presente Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993, la CNAE-93, que sustituye a la CNAE-74, es un elemento imprescindible para la formación de estadísticas económicas. Según esta clasificación podemos distinguir:

Tabla A1.6- Clasificación de los servicios según la CNAE-93**SERVICIOS DESTINADOS A LA VENTA****COMERCIO; REPARACION DE VEHICULOS DE MOTOR, MOTOCICLETAS Y CICLOMOTORES Y ARTICULOS PERSONALES Y DE USO DOMÉSTICO.**

* Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para vehículos de motor	50
* Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto vehículos de motor y motocicletas	51
* Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos	52

HOSTELERIA

* Hostelería	55
--------------	----

TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES

* Transporte terrestre; transporte por tuberías	60
* Transporte marítimo, de cabotaje y por vías de navegación interiores	61
* Transporte aéreo y espacial	62
* Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes	63
* Correos y telecomunicaciones	64
* Intermediación financiera, excepto seguros y planes de pensiones	65
* Seguros y planes de pensiones, excepto seguridad social obligatoria	66
* Actividades auxiliares a la intermediación financiera	67

ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y DE ALQUILER; SERVICIOS EMPRESARIALES

* Actividades inmobiliarias.	70
* Alquiler de maquinaria y equipo sin operario, de efectos personales y enseres domésticos	71
* Actividades informáticas	72
* Investigación y desarrollo	73
* Otras actividades empresariales	74

OTRAS ACTIVIDADES SOCIALES Y DE SERVICIOS PRESTADOS A LA COMUNIDAD; SERVICIOS PERSONALES

* Actividades de saneamiento público	90
* Actividades asociativas	91
* Actividades recreativas, culturales y deportivas	92
* Actividades diversas de servicios personales	93

HOGARES QUE EMPLEAN PERSONAL DOMESTICO

* Hogares que emplean personal doméstico	95
--	----

SERVICIOS NO DESTINADOS A LA VENTA

* Administración Pública, Defensa y Seguridad Social obligatoria	75
* Educación	90
* Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	85
* Organismos extraterritoriales	99

Fuente: INE, 1993

Hay que decir que los ensayos de clasificación de los servicios no acaban con los que hemos mencionado, sino que se han lanzado otras tantas propuestas desde diferentes ángulos, por ejemplo con criterios geográficos, que no procede examinar aquí.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

**ANEXO 2:
CLASIFICACIONES DE LOS SERVICIOS A LAS
EMPRESAS.**

Clasificación de los Servicios a las Empresas.

Probablemente, la primera clasificación de los servicios a las empresas fue la expuesta por Stigler (1956) tomada de una serie de ocupaciones existentes en la ciudad de Nueva York.

Tabla A2.1
Clasificación de los “Business Services” de 1953

Tipos de servicios	Número de actividades
Publicidad, anuncios y ventas	43
Controles generales y operaciones	42
Seguros y administración de fincas	
Legales y financieros	25
Mantenimiento y reparaciones	99
Investigación y planificación	47
Almacenamiento	73
Transporte y comunicación	10
Servicios misceláneos	17
	18
Total	374

Fuente: Stigler (1956)

En el Panorama of the EU Industry los sectores de servicios a empresas se agrupan en seis funciones:

Tabla A2.2- Sectores de Servicios a Empresas por funciones.

ADMINISTRACIÓN-GESTIÓN

Consultoría de gestión
Servicios legales
Servicios de contabilidad

PRODUCCIÓN-ALQUILERES

Ingeniería industrial
Profesionales ingenieros
I+D bajo contrato
Inspección y control
Servicios inmobiliarios
“Leasing”
Alquileres de coches

PERSONAL

Trabajo temporal
Formación profesional

INFORMACIÓN-MERCADO

Servicios informáticos
Ferias y Exposiciones
Estudios de mercado
Comunicación electrónica
Ayuda a la exportación

MARKETING-COMUNICACIONES

Publicidad
Marketing directo
Relaciones públicas
Servicios lingüísticos

FUNCIÓN OPERATIVA

Servicios de seguridad
Servicios de limpieza
Servicios expresos

Fuente: Panorama of the EU Industry.

Una clasificación que desde el punto de vista analítico ha sido objeto de una aceptación creciente, siendo utilizada por diversos estudiosos del tema (García de la Cruz, 1993; Del Río, 1997; Soy, 1997; etc.) es la elaborada por la Comisión de las Comunidades Europeas:

Tabla A2.3- CLASIFICACIÓN FUNCIONAL DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS**A. Management y Gestión**

1. Asesoramiento en organización
 - * Management general
 - * Asesoría en contratación
 - Asesoría en formación
2. Servicios jurídicos
 - Profesiones jurídicas
 - * Asesoría jurídica
3. Asesoría fiscal
4. Contabilidad y asesoría contable
5. Relaciones públicas
6. Servicios administrativos
(secretariado, servicios lingüísticos)

B. Producción

7. Inspección, control y certificación
8. Reparación y mantenimiento
9. Test y ensayos
10. Envasado y embalaje
11. Ingeniería industrial
12. Asesoría en ingeniería
13. Alquiler de material
14. Tratamiento de desecho
15. Otros servicios técnicos relativos a la construcción, a la producción y a la protección del medio ambiente

C. Información y comunicación

16. Servicios informáticos:
 - * Software
 - Proceso de datos
 - Consultoría informática
 - Servicios técnicos informáticos
17. Servicios de información
 - Servicios de base de datos “On line”
 - Videotex, etc.
 - Servicios de “media”
18. Servicios privados de comunicaciones
 - Mensajería y correo
 - Servicios avanzados de telecomunicaciones

D. Personal

19. Selección
20. Formación Profesional
21. Servicios de empleo temporal

E. Financiación

22. Servicios para-bancarios:
 - * Leasing
 - * Capital riesgo
 - * SGR

F. Ventas

23. Investigación de merc. (estudio, sondeos)
24. Publicidad
25. Promoción de ventas
26. Marketing directo
27. Ayuda a la exportación
28. Ferias y salones
29. Diseño

G. Investigación y Desarrollo

30. Investigación y desarrollo subcontratado

H. Servicios Operativos

31. Limpieza industrial
32. Vigilancia y seguridad
33. “Catering” industrial
34. Transportes

Fuente: Comisión de las Comunidades Europeas.

En la Nace revisión 1, clasificación propuesta por Eurostat en la que se revisa la Clasificación de las Actividades en las Comunidades Europeas (NACE), si bien se muestran algunas mejoras en la clasificación de los servicios, los Servicios a Empresas siguen adoleciendo de una marginalidad y falta de concreción, incluyéndose en “Otras

actividades a empresas” todas aquellas que se consideran como menos importantes o que no se sabe cómo clasificarlas.

Tabla A2.4
Los servicios a las empresas en la Nace rev. 1

Sección A	Agricultura, caza y montes
Sección B	Pesca
Sección C	Minería y extracción
Sección D	Manufacturas
Sección E	Electricidad, gas y agua
Sección F	Construcción
Sección G	Comercio y reparaciones
Sección H	Hoteles y restaurantes
Sección I	Transporte, almacenamiento y comunicación
Sección J	Intermediación financiera
Sección K	Inmobiliarias, alquileres y actividades a empresas 70. Actividades inmobiliarias 71. Alquileres 72. Actividades informáticas 73. Investigación y desarrollo 74. Otras actividades a empresas 74.1 Legales, auditorías, contabilidad, investigación de mercado, consultoría de gestión 74.2 Arquitectura e ingeniería 74.3 Análisis técnicos y ensayos 74.4 Publicidad 74.5 Selección y provisión de personal 74.6 Actividades de investigación y seguridad 74.7 Limpieza de edificios 74.8 Otras actividades a empresas
Sección L	Administración pública y defensa: seguridad social obligatoria
Sección M	Educación
Sección N	Salud y trabajo social
Sección O	Otros servicios a la comunidad, sociales y personales

Fuente: Eurostat (1993)

Dentro de los Servicios a Empresas, como hemos visto en el capítulo 2, se puede distinguir entre aquellos servicios denominados “tradicionales”, más relacionados con el cumplimiento de obligaciones legales de la empresa o con actividades de bajo valor añadido, y los denominados “Servicios Avanzados a las Empresas”, más ligados a las Nuevas Tecnologías. El IFA ofrece una clasificación de estos últimos, que es la que hemos utilizado para nuestro estudio de caso.

Tabla A2.5
Clasificación de los Servicios Avanzados a las Empresas (IFA, 1997)

Recursos humanos:

1. Selección y Evaluación
2. Formación

Producción:

3. Métodos y Tiempos
4. Estudios de Costes
5. Diseño Industrial
6. Ingeniería de Bienes de Equipo
7. Gestión de la Calidad
8. Asesoramiento en I+D

Mercados:

9. Imagen y publicidad
10. Diseño Gráfico
11. Estudios de Mercado
12. Asesoramiento en Comercio Exterior
13. Asesoramiento en Logística

Gestión:

14. Organización de Empresas
15. Asesoramiento Económico-Financiero
16. Control de Gestión
17. Planificación Estratégica

Sistemas de Información:

18. Implantación de Sistemas Informáticos
19. Programación Informática
20. Implantación de Sistemas Telemáticos
21. Centro de Cálculo y Bases de Datos

Estudios y Proyectos:

2. Consultoría Territorial y Urbanística
23. Localización de Plantas
24. Evaluación/Corrección de Impacto Ambiental
25. Ingeniería Civil e Industrial, Energía, Residuos, Edificación
26. Inversiones y Estudios de Viabilidad
27. Estudios Socio-Económicos

Fuente: IFA, 1997.

La actual Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93), también contiene una clasificación de los Servicios a Empresas en la que se incorporan algunos de estos SAE.

Tabla A2.6
Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-1993), Servicios a las Empresas.

CODIGO	ACTIVIDAD
72	Actividades informáticas
721	Consulta de equipos informáticos
722	Consulta de aplicaciones informáticas y suministro de programas de informática
723	Proceso de datos
724	Actividades relacionadas con bases de datos
725	Mantenimiento y reparación de máquinas de oficina, contabilidad y equipo informático
726	Otras actividades relacionadas con la informática
73	Investigación y Desarrollo
74	Otras Actividades Empresariales
741	Actividades jurídicas, de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; asesoría fiscal, estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública; consulta y asesoramiento sobre dirección y gestión empresarial; gestión de sociedades de cartera (Holdings)
742	Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico
743	Ensayos y análisis técnicos
744	Publicidad
745	Selección y colocación de personal
746	Servicios de investigación y seguridad
747	Actividades industriales de limpieza
748	Actividades empresariales diversas

Fuente: CNAE-93

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

**ANEXO 3:
TABLAS INPUT-OUTPUT**

Cuadro 2: Correspondencia entre ramas de TIOAN-95 y TIOAN-80.

RAMAS	TIOAN-95	TIOAN-80
Agricultura	1 a 3	1
Ganadería	4	2
Silvicultura	5	3
Pesca	6	4
Industrias extractivas	7 a 11	5
Industria cárnica	12	31
Elaboración de conservas de pescado y de vegetales	13	33,34
Fabricación de grasas y aceites	14	30
Industrias lácteas	15	32
Industrias de otros productos alimenticios	16,17	35 a 39
Elaboración de vinos y alcoholes	18	40
Elaboración de cervezas y bebidas no alcohólicas	19	41,42
Industria del tabaco	20	43
Industria textil	21	44
Industria de la confección y la peletería	22	45
Industria del cuero y del calzado	23	46
Industria de la madera y del corcho y muebles	24, 44	47
Industria del papel	25	48
Edición y artes gráficas	26	49
Refino de petróleo	27	6
Fabricación de productos químicos básicos	28	16, 17
Fabricación de otros productos químicos	29	18
Caucho y plástico	30	50
Cemento, cal, yeso y sus derivados	31	11, 12
Productos cerámicos, azulejos, ladrillos y otros	32	10, 15
Industria del vidrio y de la piedra	33	13, 14
Metalurgia	34	19
Fabricación de productos metálicos	35	20 a 23
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	36	24
Fabric de maquinaria y material eléctrico y electrónico	37 a 39	25, 26
Vehículos de motor, remolques y semiremolques	41	27
Construcción y reparación naval	42	28
Fabric de otro material de transporte	43	29
Otras industrias manufactureras	40, 45	51
Producción y distribución de energía eléctrica	47	7
Producción y distribución de gas y vapor de agua	48	8
Captación, depuración y distribución de agua	49	9
Construcción	50, 51	52, 53
SERVICIOS		
Comercio, recuperación y reparaciones	46,52 a 55	54,56
Hostelería y restauración	56, 57	55
Transporte y actividades anexas al tpte.	58 a 62	57
Correos y telecomunicaciones	63	58
Intermediación financiera ¹	64, 66	59
Seguros ² y planes de pensiones	65	60
Educación	78, 79	61
Sanidad	80, 81	62
Servicios personales e industriales	67 a 76,82 a 89	63
Administración Pública	77	64

Fuente: TIOAN-80, TIOAN-90 y TIOAN-95.

¹ Los Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente se han agregado al resto de actividades de Servicios cuando se hace referencia al Sector Servicios en su conjunto, y aparecen separados cuando se presentan las actividades de Servicios en las distintas ramas a las que hemos podido hacer comparables la información de las tablas de 1980 y 1995.

² La valoración de los Servicios de seguros ha variado entre el SEC-78 y el SEC-95, siendo este último el empleado en la TIOAN-95. Por ejemplo, se incluyen los ingresos que provienen de las inversiones de las reservas técnicas en los seguros no vida (IEA, 1999).

Cuadro 3: Correspondencia entre ramas de TIO-80 y TIOAN-80.

RAMA	TIO-80	TIOAN-80
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1	1 a 4
Industrias extractivas	2, 3	5
Industria cárnica	15	31
Industrias lácteas	16	32
Industrias de otros productos alimenticios	17	30, 33 a 39
Elaboración de bebidas	18	40 a 42
Industria del tabaco	19	43
Industria textil	20	44
Industria del cuero, piel y calzado	21	45, 46
Indust de la madera y del corcho, muebles y otras manufacturas	22	47
Industria del papel, Edición y artes gráficas	23	48, 49
Refino de petróleo	4	6
Industria química	8	16 a 18
Caucho y plástico	24	50
Minerales metálicos y no metálicos	6, 7	10 a 15
Fabricación de productos metálicos	9	19 a 23
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	10, 11	24
Fabric de maquinaria y material eléctrico y electrónico	12	25, 26
Vehículos de motor, remolques y semiremolques	13	27
Fabric de otro material de transporte	14	28, 29
Otras industrias manufactureras	25	51
Energía eléctrica, gas y agua	5	7 a 9
Construcción	26	52, 53
SERVICIOS		
Comercio, recuperación y reparaciones	27, 28	54, 56
Hostelería y restauración	29	55
Transporte y actividades anexas al tpte.	30 a 32	57
Correos y telecomunicaciones	33	58
Instituciones de crédito y Seguros	34	59, 60
Educación	37, 41	61
Sanidad y servicios sociales	38, 42	62
Servicios personales e industriales	35, 36, 39, 43	63
Administración Pública, defensa y seg soc oblig	40	64

Fuente: TIO-80 y TIOAN-80.

Cuadro 4: Correspondencia entre ramas de TIO-95 y TIOAN-95.

RAMA	TIO-95	TIOAN-95
Agricultura, ganadería y caza	1	1 a 4
Silvicultura	2	5
Pesca	3	6
Industrias extractivas	4 a 7	7 a 11
Industria cárnica	12	12
Industrias lácteas	13	15
Industrias de otros productos alimenticios	14	13, 14, 16,17
Elaboración de bebidas	15	18, 19
Industria del tabaco	16	20
Industria textil	17	21
Industria de la confección y la peletería	18	22
Industria del cuero y del calzado	19	23
Indust de la madera y del corcho, muebles y otras manufacturas	20, 35, 38	24,40, 44, 45
Industria del papel	21	25
Edición y artes gráficas	22	26
Refino de petróleo	8	27
Industria química	23	28, 29
Caucho y plástico	24	30
Cemento, cal, yeso, vidrio y otros minerales no metálicos	25, 26, 28	31, 33
Productos cerámicos, azulejos, ladrillos y otros	27	32
Metalurgia	29	34
Fabricación de productos metálicos	30	35
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	31	36
Fabric de maquinaria y material eléctrico y electrónico	32, 33, 34	37 a 39
Vehículos de motor, remolques y semiremolques	36	41
Fabric de otro material de transporte	37	42, 43
Producción y distribución de energía eléctrica	9	47
Producción y distribución de gas y vapor de agua	10	48
Captación, depuración y distribución de agua	11	49
Construcción	40	50, 51
SERVICIOS		
Comercio, recuperación y reparaciones	39, 41, 42, 43	46, 52 a 55
Hostelería y restauración	44	56, 57
Transporte y actividades anexas al tpte.	45 a 49	58 a 62
Correos y telecomunicaciones	50	63
Intermediación financiera	51, 53	64, 66
Seguros y planes de pensiones	52	65
Educación	59, 65	78, 79
Sanidad y servicios sociales	60, 66	80 a 83
Otros servicios comunitarios, sociales y personales	58p, 61 a 63, 67 a 69	84 a 88
Servicio doméstico	70	89
Administración Pública, defensa y seg soc oblig	64	77
Actividades inmobiliarias	54	67
Alquileres	55	68
Actividades informáticas	56	69
Investigación y desarrollo	57	70
Otras actividades empresariales. Act org emp, prof.	58p	71 a 75 y 85p

Fuente: TIO-95 y TIOAN-95, CNAE-93.

Tabla A3.1: Participación de los inputs de Servicios sobre los inputs totales de las ramas Industriales, 1980.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	4,02	1,02	16,47	0,77	2,02	0,29	0,11	0,49	8,13	0,96	34,29
Alim., bebidas y tabaco	4,13	0,21	8,21	0,24	0,57	0,04	0,02	0,02	2,61	0,23	16,27
Textil, confección y calzado	2,79	0,91	10,13	1,2	1,96	0,19	0,06	0,03	5,6	1	23,88
Muebles, papel y otras	12,69	0,63	9,28	1,01	1,79	0,3	0,03	0,01	3,88	0,68	30,30
A. Gráficas y Edic.	2,48	1,09	11,52	2,47	5,03	0,25	0,05	0,03	15,35	0,97	39,23
Refino de Petroleo	1,67	0,02	6,75	0,24	1,37	0,44	0,02	0,02	3,54	0,34	14,41
Química	5,13	0,37	15,5	0,41	1,06	0,11	0,03	0,04	2,57	0,34	25,57
Caucho y plástico	6,89	4,59	11,77	2,88	3,17	0,31	0	0,09	14,2	1,71	45,61
Cemento, vidrio y azulejos	6,66	0,42	13,66	0,68	1,27	0,08	0,04	0,02	4,05	0,62	27,51
Metalurgia	2,99	0,04	9,99	0,17	1,17	0,06	0,04	0,05	0,52	0,78	15,83
Prod metálicos	2,78	2,78	12,48	2,53	2,88	0,26	0,15	0,11	12,76	0,8	37,53
Maqu y mat electr	4,1	5,48	10,31	2,8	4,27	1,15	0,24	0,21	17,43	1,16	47,15
Automóviles y otro material tpte.	1,07	0,72	2,96	0,63	6,07	0,72	0,01	0,09	17,49	0,85	30,61
Energía elect., agua y gas	11,17	0,49	6,29	0,19	0,51	0,07	0,18	2E-03	1,05	0,92	20,86
Total industria	5,68	0,49	10,12	0,5	1,31	0,15	0,05	0,04	4,37	0,51	23,22

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla A3.2: Participación de los inputs de Servicios sobre los inputs totales de las ramas Industriales, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	5,12	1,77	23,11	2,98	0,92	0,37	0	0	15,97	0	50,23
Alim., beb y tabaco	3,28	0,42	5,79	0,95	0,73	0,18	0	0	5,45	0	16,80
Textil, confección y calzado	3,67	0,81	6,12	2,27	1,85	0,44	0	0	8,20	0	23,38
Muebles, papel y otras	11,24	0,94	8,26	3,16	1,34	0,48	0	0	7,41	0	32,84
A. Gráficas y Edic.	3,97	0,93	10,51	3,50	1,48	0,62	0	0	14,34	0	35,35
Ref. Petroleo	7,97	0,21	3,98	0,53	0,26	9,9E-04	0	0	27,16	0	40,12
Química	0,85	0,53	9,81	0,95	0,71	0,23	0	2,0E-02	8,87	0	21,98
Caucho y plástico	7,84	1,31	13,51	2,88	2,55	0,95	0	0	9,96	0	39,00
Cemento, vidrio y azulejos	13,61	0,32	21,41	1,19	1,01	0,48	2,0E-02	0	4,37	0	42,42
Metalurgia	3,80	0,43	9,25	0,86	0,82	0,23	0	0	4,87	0	20,28
Prod metálicos	4,02	1,14	6,13	3,79	1,44	0,35	1,0E-02	0	9,96	0	26,84
Maqu y mat electr	11,18	2,14	8,31	3,29	2,07	0,42	0	0	15,58	0	43,00
Automóviles y otro material tpte.	7,69	0,84	5,49	1,74	1,33	0,27	0	0	17,42	0	34,78
Energía elect., agua y gas	2,17	0,74	1,87	1,90	1,40	0,47	0	0	6,92	0	15,47
Total industria	4,91	0,58	7,46	1,40	0,93	0,27	2,3E-03	1,8E-03	8,25	0	23,80

1. Comercio, recuperación y reparaciones.
 2. Hostelería y restauración.
 3. Transporte y actividades anexas.
 4. Correos y telecomunicaciones.
 5. Intermediación financiera.
 6. Seguros.
 7. Educación.
 8. Sanidad.
 9. Servicios personales e industriales.
 10. Administración Pública

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.3: Porcentajes de inputs intermedios interiores sobre los totales de ramas de Servicios por las ramas Industriales, 1980.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	74,9	80,0	91,0	1	1	1	1	1	98,5	1	91,1
Ind cárnicas	96,0	80,0	89,8	1	1	1	1	1	1	1	90,1
Conservas	89,6	80,0	91,0	1	1	1	1	1	1	1	93,3
Grasas y aceites	98,5	80,0	99,3	1	1	1	1	1	1	1	99,1
Ind lácteas	78,7	80,0	93,4	1	1	1	1	1	1	1	92,6
Ot prod aliment	89,1	80,0	86,1	1	1	1	1	1	1	1	88,7
Vinos y alcoholes	97,3	80,0	94,6	1	1	1	1	1	1	1	97,2
Cerveza y no alcoh	65,9	80,0	82,2	1	1	1	1	1	1	1	86,9
Ind del tabaco	21,1	80,0	20,4	1	-	1	-	1	1	1	25,3
Textil	83,4	80,0	87,2	1	1	1	1	1	1	1	90,5
Confección	58,1	80,0	46,0	1	1	1	1	1	1	1	69,0
Cuero y calzado	88,4	80,0	67,7	1	1	1	-	1	1	1	83,4
Ind de la madera	76,4	80,0	79,4	1	1	1	1	1	1	1	86,4
Papel y cartón	84,2	80,0	86,3	1	1	1	1	1	1	1	86,4
Artes Gráficas	59,6	80,0	71,0	1	1	1	1	1	1	1	85,5
Ref. Petroleo	67,6	80,0	63,7	1	1	1	1	1	1	1	75,3
Química básica	95,2	80,0	93,4	1	1	1	1	1	1	1	94,6
Ot prod químicos	67,0	80,0	81,1	1	1	1	1	1	1	1	85,0
Caucho y plástico	73,2	80,0	56,5	1	1	1	1	1	1	1	78,2
Cemento, cal ...	96,7	80,0	96,6	1	1	1	1	1	1	1	97,2
Cerám, azulejos...	98,0	80,0	96,6	1	1	1	1	1	1	1	97,2
Vidrio y piedra	53,9	80,0	70,7	1	1	1	1	1	1	1	75,9
Metalurgia	72,7	80,0	62,9	1	1	1	1	1	1	1	69,3
Prod metálicos	59,9	80,0	61,5	1	1	1	1	1	1	1	78,4
Maqu y equ mecá	52,9	80,0	44,3	1	1	1	1	1	1	1	72,4
Mat eléct y electr	43,7	80,0	51,7	1	1	1	1	1	1	1	74,6
Automóviles	38,8	80,0	47,5	1	1	1	1	1	1	1	84,8
Construcc naval	53,8	80,0	47,8	1	1	1	-	1	1	1	88,3
Ot mat tpte	35,4	80,0	36,8	1	1	1	1	1	1	1	80,9
Otras industrias	46,4	80,0	18,5	1	1	1	-	1	1	1	62,7
Energía elect.	99,4	80,0	97,8	1	1	1	1	-	1	1	98,4
Gas	99,4	80,0	97,7	1	1	-	1	1	1	1	98,7
Agua	93,5	80,0	94,9	1	1	1	1	1	1	1	95,2
Total Industria	89,0	80,0	84,3	1	1	1	1	1	99,9	1	89,5

1. Comercio, recuperación y reparaciones.

2. Hostelería y restauración.

3. Transporte y actividades anexas.

4. Correos y telecomunicaciones.

5. Intermediación financiera.

6. Seguros.

7. Educación.

8. Sanidad.

9. Servicios personales e industriales.

10. Administración Pública

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla A3.4: Porcentajes de inputs intermedios interiores sobre los totales de ramas de Servicios por las ramas Industriales, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	90,3	1	89,7	72,8	75,5	60,3	-	-	87,6	-	87,6
Ind cárnicas	83,9	1	71,6	88,2	93,7	86,1	-	1	95,2	-	83,5
Conservas	75,6	1	79,5	92,1	90,0	73,9	1	-	88,8	-	82,1
Grasas y aceites	78,3	1	85,4	94,3	94,3	75,1	-	-	76,1	-	83,2
Ind lácteas	90,9	1	72,7	74,5	93,1	84,9	-	-	93,0	-	81,9
Ot prod aliment	96,8	1	70,2	93,0	88,5	74,6	-	-	83,7	-	83,8
Vinos y alcoholes	77,1	1	78,9	87,4	94,2	76,6	-	-	58,3	-	67,2
Cerveza y no alcohol	81,1	1	76,6	81,3	93,1	86,2	-	-	67,1	-	73,7
Ind del tabaco	1	1	72,0	55,6	1	-	-	-	96,6	-	80,4
Textil	79,9	1	65,7	81,2	93,7	82,8	-	-	91,9	-	79,4
Confección	64,0	1	60,5	91,5	67,1	58,5	-	-	89,7	-	74,1
Cuero y calzado	57,6	1	59,0	88,0	87,1	70,0	-	-	91,8	-	74,2
Ind de la madera	95,4	1	63,5	96,3	94,5	89,0	-	-	92,0	-	87,4
Papel y cartón	94,0	1	67,6	87,8	75,7	58,5	-	-	95,5	-	76,6
Artes Gráficas	89,9	1	72,4	95,8	90,8	84,8	-	-	96,0	-	86,6
Ref. Petroleo	93,0	1	20,3	36,0	0,2	1	-	-	94,4	-	68,1
Química básica	38,7	1	60,3	82,7	66,6	49,0	-	-	93,4	-	68,8
Ot prod químicos	30,9	1	47,7	86,1	86,8	85,2	-	1	92,5	-	67,3
Caucho y plástico	75,3	1	57,6	90,2	93,5	86,2	-	-	90,2	-	73,2
Cemento, cal ...	98,9	1	91,2	88,3	88,3	82,1	1	-	86,2	-	92,7
Cerám, azulejos...	98,4	1	82,6	93,1	95,3	94,3	-	-	81,3	-	87,5
Vidrio y piedra	97,4	1	69,8	95,6	93,4	85,4	1	-	92,5	-	87,4
Metalurgia	94,2	1	28,8	87,0	94,6	84,0	-	-	89,5	-	45,9
Prod metálicos	85,8	1	40,2	84,7	92,9	80,0	1	-	95,2	-	70,6
Maqu y equ mecá	66,3	1	60,8	88,9	94,6	79,2	-	-	96,4	-	79,6
Mat eléct y electr	98,0	1	45,1	87,1	93,0	74,1	-	-	81,2	-	76,4
Automóviles	91,2	1	66,8	95,5	1	1	-	-	95,0	-	86,1
Construcc naval	91,7	1	48,4	92,1	74,9	31,0	-	-	94,9	-	82,5
Ot mat tpte	99,9	1	43,4	62,7	31,7	5,8	-	-	95,1	-	78,1
Otras industrias	90,0	1	30,1	96,8	96,9	91,3	-	-	68,5	-	71,5
Energía elect.	1	1	46,7	98,2	95,4	91,2	-	-	96,1	-	84,7
Gas	1	1	61,9	1	91,8	76,7	-	-	99,5	-	96,2
Agua	97,9	1	81,5	91,8	96,9	90,4	-	-	95,7	-	94,0
Total Industria	89,8	1	63,4	90,0	86,2	69,5	-	-	84,8	-	77,9

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.5: Índices de terciarización directa del Sector Industrial en Andalucía.

	Coeficientes interiores		Coeficientes totales	
	1980	1995	1980	1995
Industrias extractivas	0,084973	0,205498	0,093306	0,234618
Industria cárnica	0,071869	0,077640	0,079756	0,092960
Elaboración de conservas de pescado y de vegetales	0,106357	0,078746	0,113981	0,095946
Fabricación de grasas y aceites	0,165943	0,052014	0,167473	0,062547
Industrias lácteas	0,119024	0,089157	0,128546	0,108889
Industrias de otros productos alimenticios	0,087891	0,087426	0,099042	0,104304
Elaboración de vinos y alcoholes	0,187147	0,151201	0,192634	0,224872
Elaboración de cervezas y bebidas no alcohólicas	0,105531	0,127014	0,121483	0,172227
Industria del tabaco	0,004887	0,039652	0,019312	0,049316
Industria textil	0,092837	0,047808	0,102581	0,060210
Industria de la confección y la peletería	0,046720	0,062552	0,067738	0,084449
Industria del cuero y del calzado	0,097761	0,055464	0,117249	0,074766
Industria de la madera y del corcho y muebles	0,076894	0,114289	0,089040	0,130780
Industria del papel	0,159698	0,075209	0,184918	0,098195
Edición y artes gráficas	0,070256	0,129980	0,082151	0,150089
Refino de petróleo	0,011482	0,077338	0,015191	0,113487
Fabricación de productos químicos básicos	0,110655	0,070356	0,116994	0,102206
Fabricación de otros productos químicos	0,093278	0,106898	0,109705	0,158761
Caucho y plástico	0,072013	0,081943	0,092116	0,111886
Cemento, cal, yeso y sus derivados	0,151243	0,214600	0,155629	0,231490
Productos cerámicos, azulejos, ladrillos y otros	0,089605	0,116350	0,092182	0,132292
Industria del vidrio y de la piedra	0,076432	0,136986	0,100692	0,156777
Metalurgia	0,040612	0,031377	0,058636	0,068423
Fabricación de productos metálicos	0,062939	0,057188	0,080311	0,081021
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	0,055967	0,087511	0,077327	0,109990
Fabr de maquinaria y material eléctrico y electrónico	0,060503	0,073776	0,081064	0,096566
Vehículos de motor, remolques y semiremolques	0,083691	0,083818	0,098731	0,097372
Construcción y reparación naval	0,091175	0,093220	0,103307	0,112964
Fabric de otro material de transporte	0,084902	0,067307	0,104915	0,086227
Otras industrias manufactureras	0,036754	0,071481	0,058618	0,099914
Producción y distribución de energía eléctrica	0,129600	0,038955	0,131666	0,046012
Producción y distribución de gas y vapor de agua	0,131701	0,053752	0,132366	0,055851
Captación, depuración y distribución de agua	0,064874	0,105540	0,068110	0,112257
Construcción	0,071836	0,074558	0,079616	0,084384
Media	0,088119	0,089312	0,100482	0,111843

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.6: Índices de terciarización total del Sector Industrial en Andalucía.

	Coeficientes interiores		Coeficientes totales	
	1980	1995	1980	1995
Industrias extractivas	0,093599	0,314180	0,198522	0,480044
Industria cárnica	0,072211	0,132162	0,119771	0,213782
Elaboración de conservas de pescado y de vegetales	0,119392	0,140798	0,197589	0,224969
Fabricación de grasas y aceites	0,149751	0,095133	0,280292	0,173597
Industrias lácteas	0,128339	0,139955	0,205384	0,235084
Industrias de otros productos alimenticios	0,100755	0,140127	0,177224	0,220828
Elaboración de vinos y alcoholes	0,155127	0,258104	0,341533	0,439129
Elaboración de cervezas y bebidas no alcohólicas	0,115585	0,192689	0,228598	0,397673
Industria del tabaco	0,005285	0,05347	0,064631	0,099082
Industria textil	0,098364	0,088646	0,184137	0,160539
Industria de la confección y la peletería	0,049365	0,115639	0,183891	0,259617
Industria del cuero y del calzado	0,080675	0,102448	0,285441	0,267519
Industria de la madera y del corcho y muebles	0,089036	0,191997	0,202904	0,362049
Industria del papel	0,098847	0,120168	0,371205	0,324363
Edición y artes gráficas	0,081767	0,227653	0,235733	0,433317
Refino de petróleo	0,016876	0,109124	0,203969	0,493922
Fabricación de productos químicos básicos	0,113536	0,143501	0,343695	0,354203
Fabricación de otros productos químicos	0,102672	0,163313	0,291779	0,434997
Caucho y plástico	0,073585	0,141051	0,247791	0,398581
Cemento, cal, yeso y sus derivados	0,160328	0,381335	0,324872	0,564977
Productos cerámicos, azulejos, ladrillos y otros	0,094736	0,191168	0,208866	0,319595
Industria del vidrio y de la piedra	0,087640	0,240293	0,300991	0,431888
Metalurgia	0,056079	0,055027	0,255644	0,362246
Fabricación de productos metálicos	0,072994	0,095584	0,216630	0,305997
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	0,061156	0,141463	0,224045	0,325377
Fabr de maquinaria y material eléctrico y electrónico	0,067105	0,114178	0,202998	0,325025
Vehículos de motor, remolques y semiremolques	0,090038	0,119799	0,211648	0,245634
Construcción y reparación naval	0,119920	0,179484	0,380275	0,368363
Fabric de otro material de transporte	0,093725	0,098670	0,213592	0,211492
Otras industrias manufactureras	0,038338	0,113440	0,201329	0,327058
Producción y distribución de energía eléctrica	0,113095	0,092673	0,294825	0,260884
Producción y distribución de gas y vapor de agua	0,114594	0,086453	0,295486	0,354944
Captación, depuración y distribución de agua	0,075538	0,186640	0,153546	0,258583
Construcción	0,094284	0,181123	0,198556	0,324984
Media	0,090716	0,151452	0,236688	0,322363

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.7: Porcentajes de inputs intermedios interiores de ramas de Servicios por las distintas ramas de actividad, 1980.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total CI
Agricult y ganad	0,00	4,68	0,21	0,00	0,00	0,00	4,69	10,47	2,65	0,63	18,14
Silvicultura	0,01	0,85	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,15	0,64
Pesca	0,00	5,58	0,09	0,00	0,00	0,00	2,19	2,44	0,10	0,00	0,68
Ind extractivas	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,05	0,05	2,07
Ind cárnicas	0,00	8,68	0,10	0,00	0,00	0,00	5,67	5,26	0,54	0,00	0,79
Ind lácteas	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	3,75	1,82	0,45	0,00	0,30
Ot prod aliment	0,00	13,09	0,12	0,00	0,00	0,00	13,09	10,56	2,36	0,00	5,58
Elaborac bebidas	0,00	26,94	0,14	0,00	0,00	0,00	0,31	0,54	0,21	0,00	2,54
Ind del tabaco	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Textil	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,60
Confección	0,53	0,51	0,14	0,03	0,10	0,17	0,53	3,26	1,23	0,21	0,28
Cuero y calzado	0,04	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,03	0,19	0,33	0,01	0,03
Mad y otras ind	0,29	0,11	0,53	0,44	0,03	0,27	1,22	0,29	0,73	1,40	1,38
Papel y cartón	0,08	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,47	0,46	1,11
Artes Gráficas	3,46	0,49	0,57	10,28	0,45	4,45	13,74	1,72	3,58	9,25	0,83
Refino Petroleo	5,67	1,52	35,31	2,40	0,02	0,11	2,37	0,98	5,06	3,49	9,42
Química	0,21	0,08	0,50	0,11	0,04	0,57	0,20	1,53	1,98	0,78	3,60
Caucho y plástico	0,49	0,31	0,18	0,07	0,04	0,38	1,01	2,94	0,52	1,60	0,66
Cemento y vidrio	0,00	0,01	0,16	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00	0,51	3,11
Cerám, azulejos...	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,07	1,28
Metalurgia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	1,31
Prod metálicos	2,37	1,82	0,23	0,06	0,00	0,03	1,03	0,27	0,72	1,21	2,99
Maqu y equipo mecánico	0,07	0,08	0,05	0,08	0,00	0,00	0,08	0,11	0,05	0,03	0,27
Mat eléct y electrónico	0,39	0,11	0,04	15,13	0,00	0,06	0,30	0,00	0,54	0,26	0,64
Automóviles	0,45	0,00	1,64	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,56	0,22
Otro material tpte	0,00	0,00	3,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80	0,32
Energía eléctrica	10,23	7,38	1,12	11,36	0,52	0,94	4,91	6,32	6,63	17,18	4,59
Gas	0,16	1,53	0,13	0,05	0,00	0,00	0,49	0,89	0,15	0,04	0,58
Agua	1,13	1,06	0,16	0,07	0,06	0,04	0,19	0,94	1,07	0,76	0,49
Construcción	1,66	1,42	0,20	4,45	0,13	0,31	8,54	8,39	19,48	27,10	1,56
Comercio, recup y repar	7,16	4,42	18,04	10,82	0,25	0,29	2,95	4,54	4,95	3,16	5,83
Hostelería y rtción	3,10	0,32	8,50	1,62	0,17	2,89	0,19	0,30	1,11	8,41	1,11
Transporte y anexas	15,68	6,46	15,41	23,32	0,95	0,87	16,73	4,12	3,46	1,59	8,91
Comunicaciones	6,47	0,55	1,31	0,78	2,31	4,62	2,59	2,07	5,39	6,68	1,30
Intermediación fcra.	5,34	0,88	2,48	2,44	87,64	0,80	1,61	0,00	3,84	1,09	7,97
Seguros	0,81	0,23	4,04	0,87	0,07	0,06	0,32	0,11	1,11	0,30	0,41
Educación	0,09	0,00	0,00	0,00	0,10	1,10	1,42	0,00	0,08	0,00	0,05
Sanidad	0,13	0,03	0,06	7,15	0,06	0,40	0,82	0,00	0,23	0,00	0,08
Serv.personales e industr	31,42	8,88	2,89	5,53	6,37	81,21	7,23	28,70	27,22	12,06	7,30
Administración Pública	2,55	1,91	1,82	2,93	0,67	0,43	1,76	1,23	2,70	0,10	1,03
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- | | |
|---|---|
| 1. Comercio, recuperación y reparaciones. | 6. Seguros. |
| 2. Hostelería y restauración. | 7. Educación. |
| 3. Transporte y actividades anexas. | 8. Sanidad. |
| 4. Correos y telecomunicaciones. | 9. Servicios personales e industriales. |
| 5. Intermediación financiera. | 10. Administración Pública |

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla A3.8: Porcentajes de inputs intermedios interiores de ramas de Servicios por las distintas ramas de actividad, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total CI
Agricult y ganad	0,07	1,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,19	0,22	0,64	1,52	7,57
Silvicultura	0,00	0,37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,06	0,24
Pesca	0,00	2,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,28	0,04	0,10	0,63	0,19
Ind extractivas	0,01	0,13	0,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,82
Ind cárnicas	0,00	5,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,61	0,70	0,17	0,66	0,69
Ind lácteas	0,00	0,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,12	0,34	0,14	0,75	9,52
Ot prod aliment	0,12	6,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,42	1,46	0,31	0,63	2,87
Elaborac bebidas	0,00	21,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,12	2,10	0,17	1,35
Ind del tabaco	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Textil	0,01	0,10	0,01	0,00	0,00	0,00	0,27	0,33	0,06	0,02	0,44
Confección	0,04	0,05	0,00	0,22	0,00	0,00	0,10	0,18	0,18	0,49	0,27
Cuero y calzado	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,04	0,01	0,02	0,07
Mad y otras ind	1,03	0,03	0,48	0,16	0,05	0,04	1,27	0,62	0,71	0,20	5,01
Papel y cartón	2,55	0,05	0,18	0,36	0,07	0,19	1,61	0,31	0,63	0,25	0,67
Artes Gráficas	0,24	0,05	0,17	0,36	0,05	0,10	8,87	3,85	2,01	0,88	0,49
Refino Petroleo	1,49	1,37	25,83	2,08	0,02	0,07	2,24	0,60	2,06	1,77	3,65
Química	0,34	0,05	0,05	0,03	0,01	0,02	0,22	2,52	0,47	0,07	4,80
Caucho y plástico	1,00	0,05	1,93	0,20	0,03	0,06	0,14	0,05	0,19	0,02	0,57
Cemento y vidrio	0,75	0,03	0,47	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00	0,12	0,10	2,95
Cerám, azulejos...	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	3,52
Metalurgia	0,05	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,03	0,00	0,74
Prod metálicos	0,08	0,01	0,11	0,10	0,01	0,02	0,15	0,27	0,07	0,02	1,00
Maqu y equipo mecánico	0,21	0,16	0,17	0,33	0,06	0,03	0,30	0,34	0,34	0,15	0,43
Mat eléct y electrónico	0,42	0,00	0,16	1,91	0,00	0,00	0,19	0,10	0,23	0,08	0,38
Automóviles	0,47	0,00	0,38	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,09
Otro material tpte	0,00	0,00	1,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,25
Energía eléctrica	7,89	10,37	1,63	8,13	0,85	1,23	5,26	10,83	6,38	6,38	5,06
Gas	0,06	0,15	0,05	0,84	0,05	0,00	0,41	0,35	0,28	0,07	0,27
Agua	0,66	1,37	0,41	0,12	0,05	0,02	0,73	1,26	0,62	0,44	0,54
Construcción	2,52	1,91	0,80	3,13	0,54	1,11	8,56	3,07	4,64	7,26	6,94
Comercio, recup y repar	14,06	21,21	15,39	2,85	0,65	0,47	10,95	5,91	7,38	8,90	6,61
Hostelería y rtción	1,11	0,69	1,14	1,22	0,42	1,25	4,38	0,73	2,34	3,29	0,72
Transporte y anexas	21,90	2,57	34,62	18,83	0,37	0,77	4,42	1,67	3,51	1,10	6,80
Comunicaciones	5,28	3,59	1,79	15,68	2,87	4,52	3,82	5,63	4,93	3,57	2,05
Intermediación fcra.	3,64	1,43	2,33	2,50	84,80	69,25	1,22	0,46	2,21	0,37	7,98
Seguros	1,20	0,40	1,32	0,25	0,12	0,07	0,83	0,68	1,07	1,16	0,45
Educación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,84	0,63	0,34	2,64	0,13
Sanidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,69	21,44	0,11	4,67	0,50
Serv.personales e industr	32,81	15,19	9,05	40,65	8,99	20,79	36,79	35,28	55,57	49,68	13,34
Administración Pública	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.9: Porcentajes de inputs intermedios interiores sobre los totales de productos Industriales por las ramas de Servicios, 1980.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1
Ind cárnicas	-	89,9	1	-	-	-	1	1	1	-	91,6
Conservas	-	70,2	1	-	-	-	1	1	1	-	77,1
Grasas y aceites	-	95,3	0	-	-	-	1	1	1	-	95,7
Ind lácteas	-	60,0	1	-	-	-	1	1	1	-	67,4
Ot prod aliment	-	83,3	1	-	-	-	1	1	1	-	87,1
Vinos y alcoholes	-	69,9	1	-	-	-	-	0	1	-	68,2
Cerveza y no alcoh	-	96,8	1	-	-	-	1	1	1	-	96,8
Ind del tabaco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Textil	0	-	-	-	-	-	-	-	-	14,5	14,1
Confección	99,9	1	57,2	8,1	1	1	1	1	1	59,1	94,7
Cuero y calzado	27,6	1	40,9	0	1	1	1	1	1	14,6	64,5
Ind de la madera	99,9	1	1	1	1	1	1	1	1	79,2	95,1
Papel y cartón	1	3,1	0	0	-	0	0	0	64,5	19,4	16,0
Artes Gráficas	1	1	81,4	33,7	26,1	1	1	1	1	59,2	75,3
Ref. Petroleo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Química básica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48,0	48,0
Ot prod químicos	10,4	12,5	27,0	1	18,2	1	13,4	2,9	28,8	28,7	12,8
Caucho y plástico	84,0	78,8	2,4	71,2	31,8	1	1	53,2	54,6	39,1	23,1
Cemento, cal ...	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Cerám, azulejos...	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Vidrio y piedra	1,2	11,6	0	-	-	-	23,6	-	-	55,4	28,8
Metalurgia	0	-	-	-	-	-	-	-	-	10,5	1,4
Prod metálicos	50,9	98,9	24,6	0,5	0	1	80,1	13,9	79,4	48,3	55,7
Maqu y equ mecá	15,9	24,1	22,4	27,4	-	11,5	24,4	46,7	20,0	8,3	19,9
Mat eléct y electr	15,7	28,5	24,3	21,3	0	13,0	20,9	0	27,5	13,8	16,8
Automóviles	1,8	-	11,3	-	-	-	-	-	-	13,3	5,0
Construcc naval	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Ot mat tpte	-	-	1	0	-	-	-	-	-	8,5	95,3
Otras industrias	89,7	1	10,9	33,7	9,7	1	1	0,4	96,3	23,1	17,2
Energía elect.	86,8	88,4	87,8	89,5	83,5	86,0	88,5	88,9	86,3	86,0	87,1
Gas	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1
Agua	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Industria	42,8	86,2	66,0	28,9	34,3	79,6	83,1	32,1	76,3	60,1	63,9

Fuente: Elaboración propia a partir de Tablas Input-Output de Andalucía 1980.

Tabla A3.10: Porcentajes de inputs intermedios interiores sobre los totales de productos Industriales por las ramas de Servicios, 1995.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Servicios
Ind extractivas	12,2	87,3	53,1	-	-	-	-	-	67,7	-	56,5
Ind cárnicas	-	47,0	-	-	-	-	63,4	75,8	97,1	94,2	50,3
Conservas	-	26,7	-	-	-	-	39,8	71,2	74,6	80,8	28,9
Grasas y aceites	97,5	96,0	-	-	-	-	95,8	91,3	1	98,5	96,3
Ind lácteas	-	38,4	-	-	-	-	73,4	79,9	98,4	88,9	51,9
Ot prod aliment	1	61,7	-	-	-	-	75,6	73,5	85,4	91,1	65,1
Vinos y alcoholes	-	47,9	-	-	-	-	-	-	1	-	51,6
Cerveza y no alcoh	-	62,3	-	-	-	-	1	80,9	99,6	94,7	64,5
Ind del tabaco	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4
Textil	91,2	21,9	23,0	-	20,0	0	81,3	44,9	24,0	94,6	31,9
Confección	91,0	21,8	81,3	35,7	-	-	23,7	15,8	33,7	24,2	28,0
Cuero y calzado	12,6	13,3	14,3	-	-	-	17,6	21,5	45,2	18,0	19,7
Ind de la madera	29,2	45,5	86,1	1	40,8	40,9	68,9	31,0	58,5	98,0	39,2
Papel y cartón	29,1	28,5	39,1	31,7	27,9	28,0	32,1	31,7	38,9	30,3	30,3
Artes Gráficas	92,5	28,3	54,0	58,6	23,3	23,2	52,8	67,2	60,0	47,6	58,0
Ref. Petroleo	1	1	97,1	1	1	1	1	51,1	1	1	97,3
Química básica	52,2	26,0	1	-	-	-	34,9	78,8	69,1	20,0	60,9
Ot prod químicos	9,7	2,8	7,0	4,6	2,9	3,1	3,8	1,4	6,8	3,5	2,6
Caucho y plástico	42,6	26,4	47,8	30,2	26,4	25,7	29,1	5,5	28,3	18,7	41,4
Cemento, cal ...	-	87,5	95,7	-	-	-	1	-	94,6	-	95,2
Cerám, azulejos...	-	20,1	93,3	-	-	-	28,6	-	1	-	23,3
Vidrio y piedra	68,4	5,1	53,9	-	-	-	54,7	-	71,3	89,2	56,1
Metalurgia	20,5	25,0	1	-	-	-	25,0	-	37,6	1	26,6
Prod metálicos	33,7	28,4	30,5	30,4	27,5	26,5	27,8	30,3	30,8	22,0	30,9
Maqu y equ mecá	24,6	17,2	40,6	67,9	26,1	30,8	33,5	27,7	26,0	27,3	25,9
Mat eléct y electr	12,4	3,5	8,4	28,7	3,5	5,0	35,1	13,8	28,3	32,6	14,5
Automóviles	10,6	-	14,7	10,0	-	-	0	-	2,0	-	11,3
Construcc naval	-	-	1	-	-	-	-	-	93,3	-	99,9
Ot mat tpte	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1
Otras industrias	51,2	40,2	41,9	57,1	21,6	38,1	45,6	2,0	63,0	45,7	13,2
Energía elect.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Gas	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1
Agua	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Industria	48,4	55,7	79,4	65,1	55,0	51,3	53,6	15,9	61,4	68,1	51,4

Fuente: Elaboración propia a partir del Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.11: Porcentajes de outputs intermedios interiores de ramas de Servicios por los distintos sectores. 1980

	Agric y		Ind	Indust	Industr	Ot prod	Elabor	Indust	Textil	Confec y	Cuero y	Mad y	Papel y	Artes Gráf y Edición	Ref.	Caucho y		Cemen y	Cerám,	Metalurg	Prod	
	ganad	Silv	Pesca	extract	Cárnicas	Lácteas	aliment	bebidas	Tabaco	Gén Pto	Calzado	Otr ind	Cartón	Petroleo	Quim	Plástico	vidrio	azulejos...				metál
Com,rec,rep	5,99	0,05	5,92	0,53	0,67	0,43	10,76	11,31	0,02	0,33	0,38	0,31	0,78	4,77	0,10	0,52	3,26	0,19	3,23	0,85	0,85	0,45
Host-rtción	0,11	0,01	0,04	0,71	0,11	0,44	2,25	3,22	0,03	0,54	1,11	0,10	1,15	0,30	0,23	0,03	1,25	0,65	0,93	0,41	0,06	2,35
Tpte-anex	7,29	0,07	1,40	1,41	2,02	2,05	20,67	5,37	0,07	1,45	0,77	0,20	1,24	1,42	0,30	1,38	6,43	0,21	4,81	0,66	1,85	1,31
Corr/telec	0,63	0,00	0,60	0,45	0,32	0,39	3,25	2,12	0,02	0,35	1,41	0,22	1,72	0,28	0,44	0,34	1,18	0,35	1,44	0,44	0,22	1,83
Interm fcra	0,79	0,00	0,25	0,19	0,09	0,05	1,72	0,49	0,00	0,20	0,26	0,06	0,37	0,20	0,14	0,31	0,49	0,06	0,50	0,06	0,24	0,34
Seguros	0,85	0,05	1,87	0,53	0,07	0,21	1,40	1,42	0,00	0,47	0,45	0,07	1,23	0,62	0,14	1,94	1,00	0,12	0,61	0,11	0,23	0,59
Educación	0,00	0,00	0,00	1,47	0,81	1,73	4,45	3,93	0,00	0,36	2,05	0,00	0,29	0,98	0,20	0,57	2,25	0,01	0,45	2,30	1,34	2,54
Sanidad	30,86	0,00	0,00	4,55	0,29	2,59	2,02	1,01	0,41	0,09	0,28	0,39	0,19	0,08	0,09	0,48	1,79	0,16	0,81	0,26	1,15	1,26
Sv pers-ind	0,71	0,05	1,14	0,85	0,17	0,52	3,81	7,21	0,01	0,60	0,90	0,13	0,95	0,41	0,48	0,89	1,30	0,31	1,76	0,22	0,12	1,64
AP	4,03	0,06	1,71	0,71	0,30	0,20	3,96	2,76	0,02	0,98	1,05	0,04	1,40	0,28	0,22	0,61	1,21	0,26	1,73	0,43	1,25	0,73
Total CI	9,02	0,05	1,66	0,76	2,44	1,43	16,80	5,11	0,02	1,47	0,55	0,10	1,12	1,43	0,23	1,83	3,70	0,16	2,94	0,63	1,65	0,94

	Maquin	Mat electr	Automóv	Otro mat.	Energía	Com							Hostel y	Tpte y	Correos	S Pers				Total
	No Electrí	y electrón	y Piezas	Tpte	elect.	Gas	Agua	Construce	rec y rep	Rtición	Anexas	Comunic	Interm fcra	Seguros	Educae	Sanidad	e Ind	AP		
Com,rec,rep	0,12	0,29	0,18	0,33	7,50	2,23	0,11	5,94	7,33	4,40	15,27	0,21	0,31	0,01	0,45	0,67	2,07	0,89	100	
Host-rtción	0,83	2,05	0,47	1,31	1,75	0,03	0,49	3,75	16,68	1,67	37,81	0,17	1,16	0,63	0,15	0,23	2,43	12,38	100	
Tpte-anex	0,14	0,53	0,39	0,53	2,52	0,96	0,15	4,75	10,50	4,20	8,54	0,30	0,79	0,02	1,67	0,40	0,95	0,29	100	
Corr/telec	0,30	0,96	0,39	0,95	0,36	0,10	0,28	5,63	29,79	2,47	4,99	0,07	13,15	0,86	1,78	1,37	10,14	8,43	100	
Interm fcra	0,07	0,24	0,14	1,97	0,23	0,08	0,02	1,34	4,00	0,64	1,54	0,04	81,27	0,02	0,18	0,00	1,17	0,22	100	
Seguros	0,15	1,47	0,16	4,71	0,64	0,10	0,17	4,89	11,78	3,22	48,55	0,24	1,18	0,04	0,70	0,23	6,57	1,20	100	
Educación	0,94	1,60	0,35	0,40	16,28	0,15	0,16	0,00	9,32	0,47	0,31	0,00	13,19	4,83	22,91	0,00	3,39	0,00	100	
Sanidad	0,92	0,58	0,70	2,26	0,00	0,09	0,04	0,00	9,22	1,89	3,61	9,96	5,19	1,16	8,79	0,00	6,81	0,00	100	
Sv pers-ind	0,30	1,09	3,29	3,35	0,49	0,01	0,24	7,04	25,70	7,05	1,96	0,09	6,46	2,70	0,88	3,38	9,09	2,70	100	
AP	0,13	0,52	0,58	1,71	4,15	0,24	0,20	19,95	14,76	10,73	8,72	0,33	4,80	0,10	1,52	1,03	6,39	0,16	100	
Total CI	0,15	0,43	0,51	2,26	3,89	1,06	0,19	6,99	5,97	5,80	4,94	0,12	7,39	0,24	0,89	0,86	2,44	1,64	100	

Fuente: Elaborado a partir de Tablas Input-Output 1980.

Tabla A3.12: Porcentajes de outputs intermedios interiores de ramas de Servicios por los distintos sectores. 1995

	Agrie y ganad	Silv	Pesca	Ind extract	Indust Cárnicas	Industr Lácteas	Ot prod aliment	Elabor bebidas	Indust Tabaco	Textil	Confec y Gén Pto	Cuero y Calzado	Mad y Otr ind	Papel y Cartón	Artes Gráf y Edición	Ref. Petroleo	Quim	Caucho y Plástico	Cemen y vidrio	Cerám, azulejos...	Metalurg	Prod metal
Com,rec,rep	10,44	0,17	0,41	0,41	1,19	0,08	4,24	0,75	0,01	0,10	0,33	0,03	2,04	0,32	0,21	1,91	0,19	0,23	3,40	0,28	0,38	0,30
Host-rtción	0,32	0,00	0,20	1,32	0,46	0,32	3,25	3,33	0,03	0,32	0,47	0,16	1,58	0,25	0,46	0,47	1,09	0,36	0,65	0,14	0,40	0,79
Tpte-anex	1,73	0,17	0,50	1,82	0,91	0,87	6,57	2,24	0,16	0,23	0,44	0,08	0,75	0,94	0,55	0,92	2,12	0,39	5,21	0,41	0,91	0,45
Corr/telec	0,56	0,00	0,06	0,78	0,82	0,14	3,31	1,56	0,01	0,22	0,55	0,16	1,92	0,24	0,60	0,41	0,68	0,27	0,86	0,18	0,28	0,92
Interm fera	0,00	0,00	0,06	0,06	0,10	0,07	0,64	0,34	0,00	0,06	0,12	0,01	0,18	0,05	0,07	0,05	0,13	0,06	0,19	0,03	0,07	0,09
Seguros	6,91	0,00	0,70	0,43	0,62	0,43	2,62	1,42	0,00	0,33	0,44	0,05	1,17	0,32	0,48	0,00	0,75	0,41	1,67	0,23	0,34	0,39
Educación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39	0,00	0,00	0,02
Sanidad	4,21	0,24	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sv pers-ind	0,46	0,00	0,12	0,64	0,46	0,38	2,04	2,21	0,05	0,10	0,37	0,04	0,62	0,15	0,38	3,22	0,98	0,15	0,49	0,10	0,24	0,37
AP³	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total CI	3,36	0,07	0,20	0,54	1,39	0,66	8,78	1,72	0,06	0,23	0,51	0,09	1,02	0,38	0,35	1,58	1,47	0,20	1,62	0,17	0,67	0,50

	Maquin No Electri	Mat eléct y electrón	Automóv y Piezas	Otro mat. Tpte	Energía elect.	Gas	Agua	Construcc	Com rec y rep	Hostel y Rtición	Tpte y Anexas	Correos Comunic	Interm fera	Seguros	Educae	Sanidad	S Pers e Ind	AP	Total
Com,rec,rep	0,18	0,61	0,45	0,44	0,53	0,03	0,14	10,61	19,83	15,66	10,68	0,18	0,74	0,05	1,24	1,47	6,46	3,28	100
Host-rtción	0,74	0,65	0,20	0,69	1,94	0,09	0,20	10,05	14,44	4,70	7,27	0,73	4,38	1,25	4,56	1,66	18,90	11,17	100
Tpte-anex	0,27	0,30	0,38	0,24	0,47	0,01	0,11	8,72	30,03	1,84	23,35	1,18	0,41	0,08	0,48	0,40	2,99	0,39	100
Corr/telec	0,43	0,32	0,31	0,34	1,46	0,15	0,39	5,94	24,04	8,55	4,00	3,28	10,59	1,58	1,39	4,52	13,93	4,24	100
Interm fera	0,06	0,06	0,02	0,10	0,30	0,02	0,06	1,95	4,25	0,88	1,34	0,13	80,29	6,21	0,11	0,10	1,60	0,11	100
Seguros	0,21	0,22	0,20	0,25	1,82	0,08	0,32	9,01	24,54	4,31	13,32	0,23	2,06	0,10	1,36	2,45	13,62	6,20	100
Educación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	27,50	7,85	15,15	48,98	100
Sanidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	1,03	70,39	1,26	22,76	100
Sv pers-ind	0,23	0,32	0,36	0,63	0,72	0,06	0,33	5,11	22,93	5,56	3,11	1,30	5,09	1,12	2,06	4,34	24,09	9,07	100
AP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
Total CI	0,20	0,26	0,25	0,51	1,86	0,03	0,25	12,76	9,33	4,88	4,59	0,43	7,55	0,72	0,75	1,64	5,78	2,44	100

Fuente: Elaborado a partir de Marco Input-Output de Andalucía 1995.

³ En la tabla de 1995, “Administración Pública” no destina outputs a demanda intermedia, por eso no aparece ningún dato en la tabla. Esto es debido a que en 1995 las empresas públicas se han excluido de la rama de “Administración Pública” y se han incluido en la rama correspondiente a su actividad –por ejemplo en “Captación, depuración y distribución de agua”, “Transporte y anexas”, “Sanidad”, etc.-

Continuación tabla A3.13

	Maquin	Mat eléct	Autom	O M Tpte	En eléct	Gas	Agua	Construcc	Com,r	H y rte	Tpte y	Comunic	Int fca	Seguros	Educac	Sanidad	S per/ind	AP	Total
Agric y ganad	0	0	0	0	0	0	0	0	1E-06	0,018	5E-04	0	0	0	0,006	0,011	0,003	6E-04	0,064
Silvicultura	1E-05	1E-04	1E-05	9E-06	0	0	0	0	2E-05	0,003	0	0	0	0	0	0	0	1E-04	0,002
Pesca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,027	2E-04	0	0	0	0,003	0,003	1E-04	0	0,003
Ind extractivas	3E-05	0	2E-05	9E-04	0,061	4E-04	0	0,018	0	2E-04	0	0	0	0	0	0	0,001	5E-05	0,066
Ind cárnicas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,033	2E-04	0	0	0	0,007	0,006	6E-04	0	0,003
Ind lácteas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,016	7E-05	0	0	0	0,005	0,002	5E-04	0	0,001
Ot prod aliment	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,044	2E-04	0	0	0	0,012	0,009	0,002	0	0,018
Elab bebidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1	3E-04	0	0	0	4E-04	0,002	2E-04	0	0,01
Ind del tabaco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Textil	0,002	0	0,002	3E-04	0	0	0	2E-04	3E-06	0	0	0	0	0	0	0	0	2E-04	0,007
Confección y	4E-04	3E-04	0,001	3E-04	4E-05	4E-05	0,001	9E-04	9E-04	0,002	6E-04	1E-04	9E-04	5E-04	7E-04	0,003	0,001	4E-04	0,001
Cuero y	1E-04	1E-04	0,003	1E-04	3E-05	1E-05	5E-05	6E-05	2E-04	1E-05	6E-05	3E-05	6E-05	1E-05	3E-05	2E-04	4E-04	6E-05	5E-04
Mad y otras ind	0,007	0,001	0,005	0,006	9E-05	2E-05	0,001	0,021	5E-04	4E-04	0,002	5E-04	5E-04	8E-04	0,002	0,018	8E-04	0,004	0,006
Papel y	2E-04	0,008	4E-04	3E-05	9E-05	8E-06	2E-04	0,002	1E-04	0,001	4E-04	0,002	0	0,004	0,007	1E-04	8E-04	0,002	0,006
Artes Gráficas	0,002	0,001	6E-04	0,001	3E-04	5E-05	0,004	0,002	0,006	0,002	0,002	0,012	0,015	0,014	0,018	0,002	0,004	0,016	0,003
Ref. Petroleo	0,005	0,002	0,002	0,003	0,299	0,305	0,001	0,008	0,009	0,005	0,085	1E-03	2E-04	3E-04	0,003	0,001	0,006	0,003	0,031
Química	0,006	0,012	0,006	0,024	2E-05	0,002	0,031	0,014	0,003	0,002	0,004	5E-05	0,002	0,002	0,002	0,055	0,008	0,003	0,023
Caucho y	0,009	0,006	0,018	0,001	7E-05	0,001	6E-04	0,001	1E-03	0,001	0,018	4E-05	0,001	0,001	0,001	0,006	0,001	0,004	0,006
Cemento y vidrio	7E-04	0,007	0,002	0,002	4E-05	0	0,07	0,087	2E-04	2E-04	5E-04	0	0	0	2E-04	0	0	9E-04	0,012
Cerám, azulejos...	0	5E-04	0	0	9E-05	0	0	0,075	0	0	5E-05	0	0	0	0	0	0	7E-05	0,005
Metalurgia	0,175	0,052	0,047	0,108	2E-05	0	0	0,05	8E-04	0	0	0	0	0	0	0	0	3E-04	0,021
Prod metálicos	0,184	0,016	0,144	0,276	7E-04	0,012	0,013	0,04	0,008	0,006	0,002	0,005	0,002	9E-05	0,002	0,002	0,001	0,002	0,016
Maqu y equ mecá	0,041	0,011	0,003	0,01	0,005	0,005	0,013	0,004	7E-04	0,001	6E-04	1E-04	0	1E-04	4E-04	2E-04	3E-04	4E-04	0,004
Mat eléctri y electr	0,039	0,262	0,002	0,024	0,024	7E-04	0,006	0,019	0,004	0,001	4E-04	0,029	0,005	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,008
Automóviles	0,004	0	0,143	0	0	0	0	0	0,042	0	0,035	0	0	0	0	0	0	0,004	0,008
Ot mat tpte	0	0	0	0,057	0	0	0	0	0	0	0,009	6E-04	0	0	0	0	0	0,001	0,002
Energía elect.	0,009	0,005	0,005	0,008	0,154	0,001	0,08	0,006	0,019	0,028	0,003	0,005	0,006	0,003	0,007	0,007	0,009	0,02	0,016
Gas	9E-04	7E-04	0,002	8E-05	0	0,181	0	0	3E-04	0,005	3E-04	2E-05	4E-05	0	6E-04	9E-04	2E-04	4E-05	0,002
Agua	4E-04	1E-04	2E-04	0,001	3E-05	1E-04	0	0,001	0,002	0,004	4E-04	3E-05	6E-04	1E-04	2E-04	1E-03	0,001	8E-04	0,001
Construcción	5E-04	0,001	0,003	0,002	2E-04	4E-04	0,002	0,002	0,003	0,005	5E-04	0,002	0,001	1E-03	0,011	0,009	0,022	0,027	0,005
Com, recup y rep	0,012	0,011	0,007	0,007	0,072	0,075	0,009	0,018	0,012	0,015	0,045	0,005	0,003	9E-04	0,004	0,008	0,006	0,004	0,019
Hostelería y	0,01	0,008	0,002	0,003	0,004	2E-04	0,009	0,002	0,006	0,001	0,032	8E-04	0,002	0,011	3E-04	4E-04	0,002	0,01	0,004
Transporte y	0,025	0,026	0,02	0,018	0,037	0,05	0,018	0,022	0,027	0,023	0,04	0,011	0,009	0,003	0,022	0,008	0,004	0,003	0,03
Comunicac.	0,003	0,004	0,001	0,002	8E-04	7E-04	0,005	0,003	0,011	0,002	0,003	3E-04	0,021	0,015	0,003	0,002	0,006	0,007	0,004
Interm fca	0,005	0,006	0,003	0,026	0,003	0,004	0,002	0,004	0,009	0,003	0,006	0,001	0,786	0,003	0,002	0	0,004	0,001	0,023
Seguros	5E-04	0,002	2E-04	0,003	4E-04	2E-04	9E-04	8E-04	0,001	8E-04	0,01	4E-04	6E-04	2E-04	4E-04	1E-04	0,001	3E-04	0,001
Educación	5E-04	3E-04	5E-05	4E-05	0,001	5E-05	1E-04	0	1E-04	2E-05	8E-06	0	9E-04	0,003	0,002	0	9E-05	0	2E-04
Sanidad	7E-04	1E-04	2E-04	3E-04	0	4E-05	4E-05	0	2E-04	9E-05	1E-04	0,003	5E-04	0,001	0,001	0	3E-04	0	2E-04
Serv.Person e ind	0,02	0,023	0,064	0,041	0,006	6E-04	0,022	0,021	0,051	0,03	0,007	0,002	0,057	0,256	0,009	0,03	0,035	0,012	0,022
Admón. Pca	0,001	0,002	0,002	0,003	0,007	0,001	0,003	0,009	0,004	0,006	0,004	0,001	0,006	0,001	0,002	0,001	0,003	0,072	0,007
Total CI	0,564	0,467	0,487	0,628	0,676	0,641	0,292	0,431	0,222	0,387	0,313	0,084	0,921	0,323	0,136	0,19	0,126	0,201	0,461
VAB	0,428	0,533	0,513	0,372	0,324	0,359	0,708	0,569	0,778	0,613	0,687	0,916	0,079	0,677	0,864	0,81	0,874	0,799	0,539
Pdón efectiva	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaborado a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.14: Coeficientes técnicos 1995⁴

	A y G	Silv	Pesca	Extr	Cárnicas	Lácteas	O P Al	Bebidas	Tabaco	Textil	Confec	Cuero y	Otr ind	Papel y	A. Gráf	Petroleo	Quím	Caucho	Cemen y	Cerám,	Metalur	P met
Agríc y ganad	0,094	0,089	3E-04	0	0,373	0,423	0,435	0,123	0,493	0,302	0	0	7E-06	0,002	0	0	0,007	0	0	0	0	0
Silvicultura	2E-05	0	0	0	5E-05	0	2E-04	8E-05	0	0	0	0	0,051	0,086	0	0	5E-04	0	0	0,005	0	0
Pesca	0	0	0,019	0	0	0	0,007	0	0	0	0	0	3E-04	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ind extractivas	0,001	0	2E-04	0,113	3E-04	0,001	0,003	7E-05	0	2E-04	8E-05	0	0,001	1E-05	5E-05	0,478	0,051	2E-05	0,145	0,059	0,141	4E-04
Ind cárnicas	0	0	0,007	0	0,193	0	0,004	0	0	0	0,004	5E-05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ind lácteas	0	0	0,002	0	0,003	0,026	0,001	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ot prod aliment	0,055	0,048	0,032	7E-04	0,04	0,032	0,223	0,05	0	2E-04	3E-04	5E-04	0,001	3E-05	7E-05	0,008	0,002	1E-04	0,007	0,022	4E-06	1E-04
Elab bebidas	0	0	0,003	0	0	6E-04	1E-04	0,067	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ind del tabaco	0	0	2E-04	0	0	0	3E-06	0	7E-05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Textil	5E-05	0	0,02	0,003	0,006	0,005	0,01	0,008	0,002	0,198	0,392	0,054	0,033	0,003	0,003	0,002	0,002	0,005	0,003	0,003	0,002	0,001
Confección y	0	0	0	8E-04	5E-06	0	0	0	0	0	0,141	0,001	0	0,001	0,009	0	0	7E-04	1E-05	5E-05	4E-06	1E-05
Cuero y	0	0	0	0	0	0	1E-06	0	0	7E-04	0,006	0,417	0,001	0	0,005	0	0	0	0	0	0	0
Mad y otras ind	0	0	0,021	0,001	2E-04	0,004	0,001	0,006	0,002	0,002	0,007	0,004	0,336	3E-05	0,005	1E-04	1E-03	0,003	0,004	0,006	0,003	0,005
Papel y	3E-04	0	0,004	0,003	0,006	0,073	0,012	0,024	0,047	0,006	0,004	0,014	0,005	0,368	0,23	1E-04	0,008	0,009	0,008	0,013	9E-04	0,003
Artes Gráficas	0	0	2E-04	0,001	5E-04	2E-04	3E-04	0,001	1E-04	3E-04	3E-04	0,001	7E-04	4E-04	0,202	4E-05	3E-04	4E-04	4E-04	5E-04	9E-05	7E-04
Ref. Petroleo	0,017	0,012	0,051	0,033	0,015	0,003	0,008	0,005	0,002	0,004	0,005	8E-04	0,007	0,011	0,001	0,187	0,026	0,003	0,015	0,029	0,008	0,006
Química	0,074	0,068	0,012	0,034	0,011	0,012	0,007	0,05	9E-04	0,008	0,004	0,019	0,03	0,045	0,05	0,003	0,315	0,355	0,035	0,025	0,007	0,013
Caucho y	0,002	6E-04	0,002	0,006	0,009	0,026	0,009	0,07	0,002	0,009	0,005	0,007	0,015	0,008	0,009	6E-05	0,021	0,142	0,003	0,029	9E-04	0,021
Cemento y vidrio	0	0	0	0,002	1E-04	0,002	0,004	0,046	0	0,002	5E-05	1E-04	0,007	4E-05	0,004	1E-04	0,002	0,009	0,151	0,006	8E-04	0,01
Cerám, azulejos...	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7E-04	0	0	0	0	0	0,002	0,026	0,004	7E-05
Metalurgia	0	0	0,004	0,001	0	0	6E-05	7E-06	0	0,003	0	0	0,157	4E-04	3E-05	8E-05	0,003	0,007	0,014	0,003	0,431	0,351
Prod metálicos	9E-04	3E-04	0,001	0,002	6E-04	0,004	0,006	0,006	5E-04	0,002	0,003	0,036	0,044	0,001	0,001	9E-04	0,004	0,009	0,005	0,002	0,006	0,062
Maqu y equ mecá	0,008	0,003	0,024	0,055	0,002	0,005	0,004	0,005	0,014	0,013	0,008	0,002	0,005	0,016	0,008	0,01	0,018	0,014	0,015	0,017	0,025	0,01
Mat eléctri y electr	0,001	4E-04	0,007	0,01	0,001	0,002	0,001	0,002	0,003	0,002	0,001	8E-04	0,043	0,005	0,003	0,003	0,004	0,018	0,004	0,007	0,008	0,01
Automóviles	0,004	0,001	0	1E-04	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4E-04	0	0	3E-04
Ot mat tpte	0	0	0,005	0	0	0	7E-05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3E-05	0	1E-05
Energía elect.	0,012	0,004	0,003	0,066	0,012	0,013	0,01	0,009	0,01	0,021	0,01	0,008	0,021	0,032	0,014	0,009	0,034	0,031	0,03	0,059	0,029	0,013
Gas	0	0	4E-05	8E-04	7E-04	6E-04	3E-04	8E-04	6E-04	0,002	3E-04	2E-04	0,002	0,004	4E-04	0,003	0,032	5E-04	0,003	0,004	0,002	0,002
Agua	0,01	0,021	3E-04	0,001	1E-03	8E-04	5E-04	0,002	5E-04	7E-04	3E-04	3E-04	6E-04	0,002	4E-04	6E-04	0,001	7E-04	9E-04	9E-04	6E-04	4E-04
Construcción	0,016	0,01	0,005	0,005	0,001	4E-04	0,001	0,002	0,004	0,002	0,001	0,001	0,002	0,002	0,003	6E-04	9E-04	0,001	0,002	0,003	6E-04	0,001
Com, recup y rep	0,043	0,03	0,037	0,023	0,031	0,004	0,019	0,015	0,001	0,008	0,017	0,011	0,062	0,014	0,016	0,017	0,009	0,022	0,064	0,032	0,006	0,01
Hostelería y	1E-04	0	0,002	0,007	0,001	0,002	0,001	0,006	5E-04	0,002	0,002	0,003	0,005	0,001	0,003	4E-04	0,002	0,003	0,001	0,002	7E-04	0,002
Transporte y	0,013	0,034	0,056	0,105	0,029	0,057	0,035	0,047	0,032	0,023	0,024	0,027	0,04	0,06	0,053	0,038	0,062	0,049	0,113	0,058	0,05	0,033
Comunicac.	7E-04	1E-04	0,002	0,017	0,006	0,003	0,004	0,009	6E-04	0,005	0,006	0,011	0,018	0,004	0,013	0,001	0,004	0,007	0,005	0,007	0,002	0,01
Interm fçra	0	0	0,008	0,005	0,003	0,004	0,003	0,007	3E-05	0,005	0,007	0,003	0,007	0,004	0,006	0,001	0,003	0,006	0,005	0,005	0,001	0,003
Seguros	0,002	0	0,006	0,003	0,001	0,002	1E-03	0,002	0	0,002	0,002	9E-04	0,003	0,002	0,003	9E-04	0,001	0,002	0,003	0,002	4E-04	9E-04
Educación	0	0	0	0	0	0	2E-06	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1E-04	0	0	1E-05
Sanidad	0,001	0,003	0	0	3E-05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9E-05	0	0	0	0	0	0
Serv. Person e ind	0,004	0,001	0,023	0,075	0,021	0,038	0,02	0,115	0,015	0,015	0,027	0,018	0,043	0,014	0,055	0,055	0,034	0,023	0,021	0,028	0,008	0,022
Admón. Pca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total CI	0,36	0,325	0,358	0,573	0,77	0,744	0,831	0,676	0,628	0,638	0,676	0,642	0,94	0,687	0,699	0,819	0,65	0,719	0,659	0,451	0,738	0,591
VAB	0,642	0,678	0,631	0,416	0,252	0,284	0,229	0,331	0,378	0,381	0,328	0,357	0,349	0,31	0,301	0,129	0,342	0,279	0,336	0,541	0,259	0,407
Pdón efectiva	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

⁴ La suma del coeficiente del Total Consumos Intermedios y del VAB no dan exactamente 1, porque la producción efectiva es la suma del VAB a precios básicos con el Total regional a precios de adquisición, y no con el Total Interior a precios básicos, que hemos utilizado nosotros (porque éste es la suma de los consumos intermedios que aparecen en cada celda ij).

Continuación tabla A3.14

	Maquin	Mat electr	Autom	O M Tpte	En electr	Gas	Agua	Construcc	Com.r	H y rte	Tpte y	Comunic	Int fca	Seguros	Educac	Sanidad	S per/ind	AP	Total
Agric y ganad	0	0	0	0	0	0	0	8E-06	2E-04	0,008	0	0	0	0	2E-04	3E-04	0,001	0,004	0,044
Silvicultura	0	0	0	0	0	0	0	5E-07	0	0,001	0	0	0	0	0	0	5E-06	0,005	0,001
Pesca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,02	0	0	0	0	3E-04	5E-05	2E-04	0,001	0,002
Ind extractivas	3E-04	1E-05	0	9E-05	0,12	0,514	0	0,013	1E-04	5E-04	9E-04	0	0	0	0	0	2E-05	0	0,026
Ind cárnicas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,038	0	0	0	0	7E-04	0,001	3E-04	0,002	0,005
Ind lácteas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,007	0	0	0	0	1E-04	6E-04	2E-04	0,002	8E-04
Ot prod aliment	2E-04	1E-05	6E-04	5E-05	9E-04	0	0	2E-04	3E-04	0,052	0	0	0	0	5E-04	0,003	6E-04	0,002	0,022
Elab bebidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,134	0	0	0	0	3E-05	2E-04	0,004	4E-04	0,009
Ind del tabaco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,009	0	0	0	0	0	0	0	0	5E-04
Textil	0,006	0,002	1E-04	0,031	4E-05	5E-05	0	4E-06	2E-05	0,002	1E-04	0	9E-06	1E-05	3E-04	1E-03	5E-04	6E-05	0,006
Confección y	2E-05	0,002	0	0	1E-04	0	0	0	1E-04	8E-04	2E-05	7E-04	0	0	3E-04	0,002	1E-03	0,005	0,002
Cuero y	0	0	0	0	5E-05	0	0	0	1E-04	2E-05	9E-06	0	0	0	3E-05	2E-04	4E-05	2E-04	6E-04
Mad y otras ind	0,008	0,001	0,002	0,057	3E-05	5E-05	0,004	0,015	0,007	2E-04	0,002	2E-04	0,002	5E-04	0,002	0,037	0,002	8E-04	0,009
Papel y	0,003	0,01	0,005	6E-04	5E-04	0,001	0,002	9E-04	0,021	7E-04	0,002	0,001	0,002	0,004	0,004	0,001	0,003	0,002	0,009
Artes Gráficas	9E-04	0,006	1E-04	3E-04	3E-04	2E-04	0,001	4E-04	6E-04	6E-04	0,001	7E-04	0,002	0,002	0,013	0,007	0,006	0,004	0,003
Ref. Petroleo	0,004	6E-04	0,005	0,002	0,014	0,002	0,005	0,014	0,004	0,005	0,099	0,002	2E-04	4E-04	0,002	0,002	0,004	0,004	0,017
Química	0,017	0,01	0,014	0,009	0,002	0,012	0,012	0,013	0,002	0,005	0,002	6E-04	0,002	0,003	0,004	0,124	0,01	0,005	0,024
Caucho y	0,015	0,071	0,014	0,008	1E-04	2E-04	0,013	0,004	0,006	7E-04	0,015	7E-04	9E-04	0,001	4E-04	0,001	0,001	3E-04	0,006
Cemento y vidrio	0,001	0,018	7E-04	0,002	0	0	3E-04	0,095	0,003	0,002	0,003	0	0	0	7E-05	0	3E-04	2E-04	0,015
Cerám, azulejos...	1E-04	6E-04	0	9E-06	0	0	4E-05	0,019	0	0,001	2E-05	0	0	0	1E-05	0	1E-05	0	0,003
Metalurgia	0,133	0,036	0,152	0,093	0	0	3E-04	0,003	5E-04	7E-05	9E-05	0	0	0	2E-05	0	1E-04	4E-06	0,014
Prod metálicos	0,038	0,025	0,016	0,006	6E-05	5E-05	0,009	0,069	6E-04	8E-05	0,001	4E-04	2E-04	4E-04	4E-04	0,001	4E-04	2E-04	0,011
Maqu y equ mecá	0,157	0,041	0,017	0,023	0,009	0,005	0,031	0,011	0,002	0,003	0,002	5E-04	0,002	5E-04	7E-04	0,002	0,002	0,001	0,007
Mat eléctri y electr	0,066	0,296	0,029	0,002	0,002	0,003	0,012	0,063	0,008	2E-04	0,007	0,007	5E-04	2E-04	4E-04	1E-03	0,001	6E-04	0,013
Automóviles	0,003	0	0,046	0,003	0	0	6E-05	0	0,011	0	0,01	5E-04	0	0	2E-06	0	3E-04	0	0,003
Ot mat tpte	0	0	0	0,166	0	0	0	0	0	0	0,005	0	0	0	0	0	1E-05	0	0,001
Energía elect.	0,008	0,009	0,014	0,015	0,435	0,027	0,096	0,005	0,019	0,036	0,006	0,009	0,007	0,007	0,004	0,014	0,012	0,015	0,024
Gas	3E-04	5E-04	6E-04	0,001	2E-05	0,005	5E-04	3E-04	2E-04	5E-04	2E-04	9E-04	4E-04	0	3E-04	5E-04	5E-04	2E-04	0,001
Agua	3E-04	2E-04	8E-04	6E-04	8E-04	0,013	0,098	6E-04	0,002	0,005	0,002	1E-04	4E-04	1E-04	6E-04	0,002	0,001	0,001	0,002
Construcción	0,001	0,003	0,002	0,002	0,002	4E-04	0,014	0,176	0,006	0,007	0,003	0,004	0,005	0,006	0,006	0,004	0,008	0,017	0,026
Com, recup y rep	0,019	0,025	0,024	0,016	0,006	0,006	0,013	0,022	0,045	0,074	0,063	0,003	0,006	0,003	0,008	0,008	0,014	0,021	0,027
Hostelería y	0,006	0,003	0,001	0,003	0,002	0,002	0,002	0,002	0,003	0,002	0,004	0,001	0,004	0,007	0,003	1E-03	0,004	0,008	0,003
Transporte y	0,033	0,028	0,028	0,019	0,011	0,003	0,012	0,027	0,058	0,014	0,177	0,023	0,006	0,009	0,005	0,008	0,01	0,005	0,035
Comunicac.	0,011	0,005	0,005	0,005	0,005	0,01	0,012	0,004	0,013	0,013	0,007	0,056	0,025	0,024	0,003	0,007	0,01	0,008	0,009
Interm fca	0,005	0,003	0,001	0,007	0,004	0,004	0,007	0,005	0,009	0,005	0,011	0,003	0,744	0,375	1E-03	6E-04	0,004	9E-04	0,03
Seguros	0,001	8E-04	7E-04	0,003	0,001	0,002	0,002	0,002	0,004	0,002	0,007	3E-04	0,001	4E-04	7E-04	9E-04	0,002	0,003	0,002
Educación	0	0	0	0	0	0	0	0	4E-07	7E-06	0	0	0	0	0,004	8E-04	6E-04	0,006	5E-04
Sanidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5E-06	0	0	0	5E-04	0,028	2E-04	0,011	0,002
Serv. Person e ind	0,034	0,032	0,037	0,048	0,016	0,028	0,064	0,022	0,081	0,055	0,035	0,046	0,101	0,113	0,028	0,048	0,11	0,12	0,054
Admón. Pca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total CI	0,573	0,628	0,415	0,524	0,632	0,637	0,412	0,587	0,305	0,504	0,465	0,161	0,912	0,556	0,093	0,306	0,216	0,254	0,469
VAB	0,427	0,372	0,584	0,489	0,364	0,362	0,586	0,408	0,682	0,476	0,507	0,837	0,065	0,419	0,897	0,655	0,777	0,733	0,524
Pdón efectiva	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaborado a partir de Tablas Input-Output 1980 y Marco Input-Output de Andalucía 1995.

Tabla A3.19: Ratios de análisis en porcentajes y millones de pesetas en España.

Ramas de servicios	Pdón inter/ Oferta total	Import (CIF)/ Oferta total	Dem inter/ Total empleos	Export (FOB)/ Total empleos	Tasa de Cobertura	Saldo de la Balanza Com	Cap O int atender D intl
Comercio, recuper y reparaciones	99,1%	0,9%	93,6%	6,4%	743,7%	693.750	106,0%
Hostelería y restauración	99,9%	0,1%	100,0%	0,0%		-12.797	99,9%
Transporte y act anexas	94,1%	5,9%	86,7%	13,3%	225,0%	502.458	108,6%
Correos y telecomunicaciones	97,4%	2,6%	96,3%	3,7%	144,9%	22.280	101,2%
Intermediación financiera	98,4%	1,6%	98,2%	1,8%	117,6%	12.621	100,3%
Seguros y planes de pensiones	99,2%	0,8%	98,0%	2,0%	238,4%	10.512	101,2%
Educación	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Sanidad	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Otros serv comunit, sociales y pers	96,3%	3,7%	98,9%	1,1%	29,5%	-95.562	97,3%
Servicio doméstico	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Admón Pca, defensa y seg soc oblig	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		0	100,0%
Actividades inmobiliarias	100,0%	0,0%	99,9%	0,1%		7.214	100,1%
Alquileres	94,9%	5,1%	95,4%	4,6%	89,6%	-3.247	99,4%
Actividades informáticas	78,1%	21,9%	85,8%	14,2%	64,8%	-55.313	91,0%
Investigación y desarrollo	95,3%	4,7%	95,4%	4,6%	99,3%	-129	100,0%
Otros Servicios a las Empresas	89,7%	10,3%	92,4%	7,6%	73,4%	-176.638	97,0%
Total Servicios a las Empresas	88,9%	11,1%	91,9%	8,1%	72,3%	-232.080	96,7%
TOTAL SERVICIOS	97,6%	2,4%	96,3%	3,7%	154,6%	905.149	101,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input Output de España 1995, INE.

Tabla A3.20: Estructura productiva de la oferta en el Sector Servicios en España (porcentajes).

Ramas de servicios	VAB precios básicos/Pdón interior (pb)	Pdón interior/ Oferta total (prec básicos)	Consumos interm esp/ Pdón inter (pb)	Consumos interm import/ Pdón inter (pb)
Comercio, recuper y reparaciones	68,3	59,4	29,4	0,9
Hostelería y restauración	56,6	63,8	8,3	0,1
Transporte y act anexas	59,9	62,6	62,6	5,5
Correos y telecomunicaciones	82,3	54,8	60,3	2,6
Intermediación financiera	6,5	93,9	91,8	1,5
Seguros y planes de pensiones	38,8	72,1	35,2	0,8
Educación	86,1	53,7	1,8	0,0
Sanidad	71,2	58,4	5,2	0,0
Otros serv comunit, sociales y pers	61,3	62,0	21,0	3,6
Servicio doméstico	100,0	50,0	0,0	0,0
Admón Pca, defensa y seg soc oblig	74,1	57,4	0,0	0,0
Actividades inmobiliarias	82,6	54,8	22,4	0,0
Alquileres	59,3	62,8	59,6	5,4
Actividades informáticas	70,2	58,7	23,9	2,3
Investigación y desarrollo	68,1	59,5	29,2	4,9
Otros Servicios a las Empresas	62,6	61,5	33,3	11,4
Total Servicios a las Empresas	63,5	61,2	32,2	10,3
TOTAL SERVICIOS	64,5	60,8	28,0	2,1

Fuente: Elaboración propia a partir de las Tablas Input Output de España 1995, INE.

TESIS DOCTORAL: “LA GLOBALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMÍA
ANDALUZA. EL CASO DE LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS”

AUTORA: ROSARIO ASIÁN CHAVES

DIRECTOR: MANUEL DELGADO CABEZA

**ANEXO 4:
CUESTIONARIOS DE OFERTA Y DEMANDA**



UNIVERSIDAD
DE SEVILLA

CUESTIONARIO DE OFERTA

DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

DIRECCIÓN:

AÑO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA:

CIFRA DE FACTURACIÓN TOTAL DE LA EMPRESA EN 1999:

ÁREAS EN LAS QUE OFRECE SERVICIOS

(Ponga una equis (X) en todos los servicios que ofrezca su empresa)

RECURSOS HUMANOS

- Selección y Evaluación
 Formación

PRODUCCIÓN

- Métodos y tiempos
 Estudios de costes
 Diseño industrial
 Ingeniería de Bienes de Equipo
 Gestión de la calidad
 Asesoramiento en I+D
 Gestión de medio ambiente

MERCADOS

- Imagen y Publicidad
 Diseño gráfico
 Estudios de Mercado
 Asesoramiento en Comercio Exterior
 Asesoramiento en Logística
 Otros (indique cuál/es)

GESTIÓN

- Organización de Empresas
 Asesoramiento Económico-Financiero
 Control de Gestión
 Planificación Estratégica

SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- Implantación de Sistemas Informáticos
 Programación Informática
 Implantación de Sistemas Telemáticos
 Centro de Cálculo y Bases de datos

ESTUDIOS Y PROYECTOS

- Consultoría Territorial y Urbanística
 Localización de Plantas
 Evaluación y Corrección de Impacto Ambiental
 Ingen. Civil/Industrial, Energía, Residuos, Edific.
 Inversiones y Estudios de Viabilidad
 Estudios Socioeconómicos

ACTIVIDADES SEGÚN VOLUMEN DE FACTURACIÓN

%

1. PRINCIPAL

2.

3.

4.

ÁMBITO DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

¿Tiene su empresa más de un local o establecimiento?

En caso afirmativo indique el nº de establecimientos según áreas geográficas:

Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén
Málaga	Sevilla	Resto de España	Fuera de España	Total	

¿Dónde está situada la sede central?

¿Forma parte su empresa de alguna red o asociación?

En caso afirmativo enumérelas:

TOTAL PERSONAL DE LA EMPRESA (a 31-12-99)

En la C.A. de Andalucía

Total en España

Fuera de España

PROPIEDAD DE LA EMPRESA

¿Pertenece su empresa a algún grupo o holding?

En caso afirmativo, ¿de qué ámbito?

¿Está participado mayoritariamente (>50%) el capital social por otra empresa?

En caso afirmativo, nombre de la empresa, ¿de qué ámbito?, en qué % participan:

¿Participa su empresa mayoritariamente (>50%) el capital social de otras empresas?

En caso afirmativo, número de empresas españolas Si es posible enumérelas con sus correspondientes %

Número de empresas extranjeras Si es posible enumérelas con sus correspondientes %

MOTIVOS DE LOCALIZACIÓN

La sede central de su empresa se ubica en la ciudad en que está atendiendo a: (elija un máximo de 3 respuestas e indique en el recuadro correspondiente un número del 1 al 3 según el orden de prioridad)

1. **Accesibilidad**
2. **La proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa**
3. **Razones de prestigio de la zona**
4. **Proximidad al cliente**
5. **Proximidad a una oferta de mano de obra cualificada**
6. **Cercanía a la vivienda del empresario**
7. **Cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios**
8. **Cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc)**
9. **Volumen de negocio potencial**
10. **Otros (Especificar)**

Dentro de la ciudad se ubica en una zona determinada atendiendo a: (elija un máximo de tres respuestas e indique en el recuadro correspondiente un número del 1 al 3 según el orden de prioridad)

1. **Costes económicos (alquiler, precio de compra)**
2. **La superficie e instalaciones disponibles**
3. **Accesibilidad**
4. **Las infraestructuras telefónicas y de comunicaciones**
5. **La proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa**
6. **Razones de prestigio de la zona**
7. **Proximidad al cliente**
8. **Proximidad a una oferta de mano de obra cualificada**
9. **Cercanía a la vivienda del empresario**
10. **Cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios**
11. **Cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc)**
12. **Volumen de negocio potencial**
13. **Existencia de incentivos o ventajas para esta localización (fiscales, financieros)**
14. **Otros (Especificar)**

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**NOMBRE COMERCIAL:****DIRECCIÓN:****FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO:****MOTIVOS POR LOS QUE INICIA SU ACTIVIDAD**

Este establecimiento comenzó su actividad: (si existe más de una respuesta indique con un número del 1 al 3, según el orden de prioridad, hasta un máximo de tres respuestas)

1. En respuesta a una demanda creciente de los servicios que ofrece su establecimiento .
2. Porque existían ayudas o subvenciones públicas para el comienzo de su actividad. .
3. Para atender las necesidades de creación de empleo no satisfechas por otros sectores. .
4. Por motivos personales del empresario. .
5. Motivos estratégicos de la empresa .
6. Otros . (especificar)

TIPOLOGÍA Y DESTINO DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS

¿Cuál es la gama de servicios ofrecidos actualmente desde su establecimiento? (Citar hasta un máximo de 8)

- (A) Tipo de servicios ofrecido por el establecimiento (Breve descripción de cada servicio)
- (B) ¿Qué porcentaje de la facturación del establecimiento (año 1999) representa cada servicio?
- (C) ¿Se trata de servicios fundamentalmente personalizados o estandarizados? (1 respuesta)
- (D) ¿Cuáles de estos servicios han sido incorporados en los últimos 2 años?
- (E) ¿Cómo cree que evolucionará la demanda de estos servicios en los próximos 2 años? (Sólo 1 respuesta)

(A) TIPO DE SERVICIOS OFRECIDOS	(B) %	(C)		(D)	(E)		
		Persona- lizados	Estandari- zados		Aumen- tará	Se man- tendrá	Dismi- nuirá
01.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DESTINO DE LA PRODUCCIÓN Y/O SERVICIOS DEL ESTABLECIMIENTO

¿Qué porcentaje de la producción del establecimiento se destina a:

1. A otros establecimientos de la propia empresa: %
2. Al principal cliente de la empresa: %
3. A los cinco principales clientes de la empresa: %
4. Al conjunto de clientes de la empresa: %
- Total 100 %

¿De qué sectores proceden los clientes del establecimiento?

(A) Sectores de procedencia de los clientes del establecimiento

(B) ¿Qué porcentaje de la facturación del establecimiento (año 1999) representan los clientes procedentes de cada uno de estos sectores?

(C) En los 2 últimos años este porcentaje ha aumentado, se ha mantenido o ha disminuido (Sólo 1 respuesta)

SECTORES	(A)	(B) %	(C)		
			Ha aumentado	Se ha mantenido	Ha disminuido
01. Agrario	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. Minería	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. Ind. del sector energético (eléctricas, etc)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. Industria agroalimentaria	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05. Industria química	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06. Prod. metálicos, maquinaria y material eléctrico	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07. Material de transporte	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08. Industria textil, cuero y calzado	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09. Industria del papel y artes gráficas	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Otras industrias	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Construcción	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Servicios comerciales	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Servicios de transporte y comunicaciones	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Servicios de hostelería, restaurantes	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Servicios bancarios y de seguros	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Servicios a las empresas (Limpieza, seguridad, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Administración Pública	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Otros servicios.....	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Particulares	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es la procedencia geográfica de los clientes del establecimiento?

(A) Procedencia geográfica de los clientes.

(B) ¿Qué porcentaje de facturación del establecimiento (año 1999) representan los clientes procedentes de cada una de estas procedencias?

(C) ¿En qué medida han variado estos porcentajes en los últimos 2 años? (1 respuesta)

Otro personal (especificar)	+	+	+	+	+	+	+	+	=
()									
TOTAL	+	+	+	+	+	+	+	+	=

¿Cuál es la titulación académica del personal?

(A) Titulación de grado superior (licenciatura o diplomatura universitaria, ingeniería técnica o superior)

(B) Titulación de grado medio (Bachiller o Formación Profesional)

(C) Estudios primarios (Graduado Escolar)

(D) Sin titulación

PERSONAL (FUNCIONES)	(A)%	(B)%	(C)%	(D)%
1. Dirección				
2. Producción				
3. Administración				
4. Comercialización				
5. Investigación y Desarrollo				
6. Otro personal (Especificar)				
()				

FORMACIÓN DEL PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO

Indique el número de personas por tipo de cualificación que han acudido a cursos de formación durante 1999.

< 20 horas 20 < horas < 50 > 50 horas

Dirección y gerencia

Producción

Administración

Comercialización

Investigación y Desarrollo

Otro personal (Especificar)

()

Indique el tipo de cursos que se realizaron:

1. Ofimática
2. Tecnología informática
3. Gestión y recursos humanos
4. Control de calidad
5. Marketing
6. Idiomas
7. Otros (Especificar)

MOTIVOS DE LOCALIZACIÓN

(Contestar en caso de que el establecimiento no coincida con la sede central)

Su establecimiento se ubica en la ciudad en que está atendiendo a: (elija un máximo de 3 respuestas e indique en el recuadro correspondiente un número del 1 al 3 según el orden de prioridad)

1. **Accesibilidad**
2. **La proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa**
3. **Razones de prestigio de la zona**
4. **Proximidad al cliente**
5. **Proximidad a una oferta de mano de obra cualificada**
6. **Cercanía a la vivienda del empresario**
7. **Cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios**
8. **Cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc)**
9. **Volumen de negocio potencial**
10. **Otros (Especificar)**

Dentro de la ciudad se ubica en una zona determinada atendiendo a: (elija un máximo de 3 respuestas e indique en el recuadro correspondiente un número del 1 al 3 según el orden de prioridad)

1. **Costes económicos (alquiler, precio de compra)**
2. **La superficie e instalaciones disponibles**
3. **Accesibilidad**
4. **Las infraestructuras telefónicas y de comunicaciones**
5. **La proximidad a otros servicios necesarios para la actividad de la empresa**
6. **Razones de prestigio de la zona**
7. **Proximidad al cliente**
8. **Proximidad a una oferta de mano de obra cualificada**
9. **Cercanía a la vivienda del empresario**
10. **Cercanía a otras empresas que ofrecen servicios del mismo tipo o complementarios**
11. **Cercanía a órganos de la Administración Pública (Consejerías, etc)**
12. **Existencia de incentivos o ventajas para esta localización (fiscales, financieros)**
13. **Volumen de negocio potencial**
14. **Otros (Especificar)**

AYUDAS PÚBLICAS

¿Reciben o han recibido algún tipo de ayuda pública para el desarrollo de su actividad?

En caso afirmativo, ¿de qué tipo era esta ayuda (financiera, de asesoramiento, etc.)?

Usted opina que:

1. No son necesarias las ayudas públicas para el desarrollo de su actividad.
2. Las ayudas públicas existentes son suficientes para apoyar su actividad.
3. Serían necesarias más ayudas públicas para mejorar sus servicios.

PREVISIONES DE FUTURO

¿Contempla su empresa el desarrollo de planes de expansión para los 2 próximos años?

En caso afirmativo, los objetivos de estos planes son: (elegir hasta un máximo de 3, e indicar del 1 al 3 por orden de importancia)

1. **Intensificar los servicios existentes (especializarse)**
2. **Penetrar en nuevos mercados**
3. **Mecanizar los procesos de servicios actuales (innovar)**

4. Ampliar la gama de servicios
5. Ofrecer paquetes integrados de servicios
6. Otros (especificar)

COORDINACIÓN OFERTA-DEMANDA

¿Piensa que existe una adecuada coordinación entre la oferta y la demanda?

En caso negativo, ¿qué problemas cree que existen en la demanda?

¿Y en la oferta?

¿Ustedes ofrecen en respuesta a lo demandado o esperando estimular la correspondiente demanda?

Opinión sobre la cultura empresarial en Andalucía y su relación con este tipo de actividad:

¿Piensa que no se demandan todos los servicios que necesitan las empresas? En caso negativo, ¿por qué?

¿Cree que las empresas andaluzas prefieren contratar servicios a empresas de fuera porque piensan que son mejores? Si puede, explique un poco su experiencia o lo que opina:

CUESTIONARIO DE DEMANDA**DATOS DE LA EMPRESA**

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

DIRECCIÓN:.....

AÑO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA:

CIFRA DE FACTURACIÓN TOTAL DE LA EMPRESA (1999) :

ACTIVIDADES SEGÚN VOLUMEN DE FACTURACIÓN

%

1. PRINCIPAL

2.

ÁMBITO DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

¿Tiene su empresa más de un local o establecimiento? 1. Sí 2. No

Nº de ellos según áreas geográficas:  Resto Fuera

Almería Cádiz Córdoba Granada Huelva Jaen Málaga Sevilla España España TOTAL

+ + + + + + + + + + =

¿Dónde esté situada la sede central?

¿Forma parte su empresa de alguna red o asociación? 1. Sí 2. No

En caso afirmativo enumérelas:

PROPIEDAD DE LA EMPRESA

¿Pertenece su empresa a algún grupo o holding?


1. Regional

1. Sí  **Ámbito** 2. Estatal

2. No 3. Internacional


¿Está participado mayoritariamente (>50%) el capital social por otra empresa?


1. Regional

1. Sí  **Ámbito** 2. Estatal

2. No 3. Internacional

¿Participa la empresa mayoritariamente (>50%) el capital social de otras empresas?

1. Sí  **Número de empresas españolas**

2. No  **Número de empresas extranjeras**

TOTAL PERSONAL (a 31-12-99)

En la C.A. de Andalucía Total en España Fuera de España

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE COMERCIAL:

DIRECCIÓN:

FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO:

DEMANDA DE SERVICIOS A EMPRESAS

1. Marcar con una equis los servicios que su empresa considera que son o pueden ser fundamentales desde el punto de vista estratégico para las decisiones de su empresa.

2. Marcar con una equis los servicios que utiliza su empresa.

3. Escribir el número correspondiente a cómo se provee su empresa de los servicios que utiliza:

1. Integramente en la empresa; 2. Por proveedores externos; 3. Parcialmente fuera de la empresa.

4. Si ha contestado el 3 en la pregunta anterior rellene el % en la columna 4.

RECURSOS HUMANOS

| | 1 | 2 | 3 | 4 | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Selección y Evaluación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | GESTIÓN | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Organización de Empresas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| PRODUCCIÓN | | | | | Asesoramiento Económico-Financiero | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Métodos y tiempos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Control de Gestión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estudios de costes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Planificación Estratégica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diseño industrial | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | SISTEMAS DE INFORMACIÓN | | | | |
| Ingeniería de Bienes de Equipo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Implantación de Sistemas Informáticos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gestión de la calidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Programación Informática | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Asesoramiento en I+D | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Implantación de Sistemas Telemáticos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| MERCADOS | | | | | Centro de Cálculo y Bases de datos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Imagen y Publicidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ESTUDIOS Y PROYECTOS | | | | |
| Diseño gráfico | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Consultoría Territorial y Urbanística | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estudios de Mercado | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Localización de Plantas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Asesoramiento en Comercio Exterior | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Evaluac y Correcc Impacto Ambiental | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Asesoramiento en Logística | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ingen. Civil/Industrial, Energía, Residuos Edific. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otros (Especificar) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Inversiones y Estudios de Viabilidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Estudios Socioeconómicos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MOTIVOS INTERNALIZACIÓN/EXTERNALIZACIÓN

Si existe más de un motivo indicar con un número empezando por el 1 y continuando con los números siguientes según el orden de importancia:

Los servicios que decide realizar desde su propia empresa, lo hace por:

- 1.- Ahorrar costes
- 2.- Motivos estratégicos de la empresa
- 3.- Piensa que se realizan mejor desde la propia empresa
- 4.- No le agrada la idea de que una empresa externa se inmiscuya en sus asuntos

Los servicios que contrata a empresas especializadas es por:

- 1.- Ahorrar costes
- 2.- Al ser empresas especializadas los servicios son de mejor calidad
- 3.- Son servicios que no puede realizar su empresa
- 4.- Por dedicarse a su actividad y no dedicar tiempo a tareas ajenas a la misma que les supone perder tiempo...

PROVEEDORES DE ESTOS SERVICIOS

Escribir en cada columna el número que corresponda de las respuestas que ofrecemos:

1. ¿A qué tipo de proveedor acude su empresa para cada uno de los servicios demandados externamente?

- | | | |
|---------------------------|---|--------------------|
| 1.- Empresas de servicios | 3.- Asociaciones profesionales del sector | 5.- Entes Públicos |
| 2.- Profesionales libres | 4.- Cámara de Comercio | 6.- Otros |

2. Residencia de los principales proveedores de estos servicios:

- | | | |
|------------------------------------|--|---------------------|
| 1.- El propio municipio | 4.- Capital de Andalucía (caso de ser establecimiento de fuera de Sevilla) | 7.- Resto de España |
| 2.- Capital de la provincia | 5.- Resto de Andalucía | 8.- Unión Europea |
| 3.- Otro municipio de la provincia | 6.- Madrid | 9.- Resto del Mundo |

3. ¿Qué porcentaje de la demanda de cada tipo de servicios representan los señalados anteriormente como proveedores principales?

- | | | |
|----------|------------|-------------------|
| 1.- 100% | 2.- 50-99% | 3.- Menos del 50% |
|----------|------------|-------------------|

RECURSOS HUMANOS

| | 1 | 2 | 3 |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Selección y Evaluación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

PRODUCCIÓN

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Métodos y tiempos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estudios de costes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Diseño industrial | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ingeniería de Bienes de Equipo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Gestión de la calidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Asesoramiento en I+D | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MERCADOS

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Imagen y Publicidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Diseño gráfico | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Estudios de Mercado | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Asesoramiento en Comercio Exterior | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Asesoramiento en Logística | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Otros (Especificar) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

.....

GESTIÓN

| | 1 | 2 | 3 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Organización de Empresas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Asesoramiento Económico-Financiero | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Control de Gestión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Planificación Estratégica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SISTEMAS DE INFORMACIÓN

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Implantación de Sistemas Informáticos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Programación Informática | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Implantación de Sistemas Telemáticos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Centro de Cálculo y Bases de datos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ESTUDIOS Y PROYECTOS

| | 1 | 2 | 3 |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Consultoría Territorial y Urbanística | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Localización de Plantas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Evaluac y Correcc Impacto Ambiental | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ingen. Civil/Industrial, Energía, Residuos Edific. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Inversiones y Estudios de Viabilidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Estudios Socioeconómicos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

TOTAL + + + + + + + =

AYUDAS PÚBLICAS

Usted opina que las ayudas públicas:

4. No son necesarias para el abastecimiento de este tipo de servicios.
5. Aunque no son estrictamente necesarias, facilitarían ampliamente el aprovisionamiento de este tipo de servicios.
6. Las ayudas públicas existentes son suficientes para apoyar su demanda de servicios avanzados.
7. Serían necesarias más ayudas públicas para abastecerse de estos servicios.

COORDINACIÓN OFERTA-DEMANDA DE SERVICIOS AVANZADOS

¿Piensa que existe una adecuada coordinación entre la oferta y la demanda?

En caso negativo, ¿qué problemas cree que existen en la demanda?

¿Y en la oferta?

¿Ustedes demandan este tipo de servicios en respuesta a la oferta existente o esperando estimular la correspondiente oferta?

Opinión sobre la cultura empresarial en Andalucía en relación con los servicios avanzados:

¿Piensa que no se demandan todos los servicios que necesitan las empresas? ¿Por qué?

¿Cree que las empresas andaluzas prefieren contratar servicios a empresas de fuera porque piensan que son mejores?

¿Opina que la Administración Pública debería actuar de algún modo para potenciar la utilización de estos servicios? ¿Qué debería hacer?