

La variable territorio en la relación de los Servicios Avanzados a las Empresas con el desarrollo regional

Rosario Asián Chaves.

Departamento de Economía Aplicada II de la Universidad de Sevilla.
rasian@us.es

Resumen:

En los estudios realizados a lo largo de las últimas décadas, se ha pasado de concebir 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, se considera que los servicios a empresas pueden ser un factor de “desarrollo” regional. A su vez, se ha relacionado el avance de las actividades clasificadas como Servicios Avanzados a las Empresas (SAE), con la necesidad de aumento de competitividad en unos mercados cada vez más “globalizados” –al menos en los aspectos más puramente “economicistas”-.

Por otro lado, se ha introducido la variable territorio como un elemento a tener en cuenta en esta relación, ya que estas actividades no tienen la misma evolución en los distintos territorios, de modo que las posibles relaciones que se puedan dar entre SAE y competitividad del tejido empresarial van a ser diferentes según nos refiramos a las áreas centrales o a las periféricas. Así, los efectos favorables que se han observado en las áreas centrales, no son directamente trasladables a las áreas periféricas, en las que las condiciones económicas, sociales, culturales, etc., son bien distintas. Por ello, no deberíamos cometer el error de intentar traspasar las experiencias que han resultado ser exitosas en un territorio concreto –en el que conviven determinadas personas con sus respectivas experiencias históricas, condicionamientos sociales, culturales, etc.- a aquellos otros territorios en los que las condiciones económicas, sociales, tecnológicas, etc., no son las mismas.

Área temática: 8

1.- Introducción.

El importante avance de las actividades de servicios en las economías de nuestro entorno, hasta el punto de que se ha pasado a denominar “economías terciarizadas” o “economías de servicios” a las hasta hace poco conocidas como “economías industriales”, no puede llevarnos a pensar que la importancia del sector servicios¹ haya supuesto una ruptura con la economía industrial, sino que más bien 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 comporta la sociedad “postindustrial” postulada por algunos (Bell, 1973) sino la que se ha denominado economía “servoindustrial”².

A lo largo de estas últimas décadas en las que se ha producido este espectacular crecimiento en la importancia cuantitativa y cualitativa de las actividades de servicios, a nivel mundial se ha consolidado una división espacial del trabajo, que en lo referente a las actividades de servicios, ha permitido el fortalecimiento de unas áreas centrales, en las que se desarrollan principalmente aquellas actividades de servicios más ligadas a los avances tecnológicos en curso y que van a permitir un mejor desarrollo de su tejido industrial y que son funcionales al modo de producción y acumulación capitalista, posibilitando la realización del excedente. A su vez, y al mismo tiempo, se perpetúan las relaciones de dependencia de aquellas otras áreas, denominadas “periféricas”, en las que el sector servicios desempeña fundamentalmente el papel de sector “refugio” para la mano de obra expulsada de los otros sectores económicos. En ellas, las actividades de servicios que más crecen son principalmente las más tradicionales, ligadas en muchos casos a algún factor locacional de corte clásico (por ejemplo el clima y la situación geográfica para el turismo) y, en muchos casos funcionales a los propios intereses del “centro”.

El diseño e instrumentación de la política industrial en el ámbito regional ha sufrido múltiples reorientaciones, entre las que vamos a destacar la importancia atribuida a su dimensión territorial, así como al papel desempeñado por los servicios avanzados a las empresas y la innovación tecnológica en el desarrollo competitivo del tejido industrial (Cuadrado, 1988). Sin embargo, pensamos que la inserción del territorio en el análisis de la relación entre servicios avanzados a las empresas y desarrollo industrial no se ha realizado de forma adecuada, entre otras cosas porque se suele contemplar tan sólo el

¹ Para empezar, sería conveniente tener en cuenta que cada vez es más difícil separar las actividades industriales de las de servicios, pues cada vez es mayor la interrelación entre bienes y servicios, de manera que en muchos casos las empresas ofrecen un “*package*” que incluye bienes materiales y servicios asociados (Soy, 1993).

² 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 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 alia, 1981; 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, 1983; Ochel y Wegner, 1987).

efecto proximidad sin considerar otras cuestiones relativas a los condicionamientos históricos, económicos, sociales y culturales específicos de cada territorio.

2.- Crecimiento de los Servicios a las Empresas.

Hasta hace poco tiempo los bienes de capital (maquinaria) eran considerados los outputs intermedios más importantes, sin embargo, en los últimos años los servicios a la producción (entre los que se encuentran los servicios a las empresas) han sido los outputs más relevantes y también los que han experimentado mayor crecimiento dentro del segmento de la economía de servicios (Stanback et alia, 1981; Ochel y Wegner, 1987; Moulart, 1989). Esta 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).

El crecimiento y desarrollo actual de los servicios a las empresas no puede entenderse 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.

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 y el desarrollo de las nuevas tecnologías ha determinado el crecimiento de los servicios a las empresas en un doble sentido (Petit, 1983):

* Ha favorecido la aparición de nuevas tareas en la organización de la producción, es decir nuevos servicios.

* Ha posibilitado la utilización de procesos de producción externos a las empresas para realizar estas nuevas tareas.

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

3.- Relaciones entre servicios y territorio.

3.1.- Distribución espacial de los servicios.

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 centrales. 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 realiza en un espacio y un tiempo determinado, y 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 (por ejemplo, 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.

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.

La mayoría de los estudios empíricos que se han realizado sobre casos concretos (Martinelli, 1989, 1991b, 1991c, 1999; 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.

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 a 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.

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 regional³, la localización de los servicios parece haber obedecido a una lógica diferente, a la vez que se han puesto de manifiesto las grandes limitaciones del esquema clásico “centro-periferia”⁴.

La muy fuerte concentración espacial se explica primeramente por la búsqueda de tres inputs esenciales⁵: la mano de obra, el acceso a los otros servicios a las empresas y el acceso a informaciones generales o específicas (Jouvaud, 1995, pp. 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*⁶.

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 integración⁷.

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.

3.2.- El impacto de las Nuevas Tecnologías en la localización de los servicios a empresas.

El proceso de localización descrito para los servicios a 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 eran influenciadas 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) han modificado esta situación y permitido una evolución en la estructura del sector servicios (Monnoyer y Philippe, 1991).

³ La política regional de esta época toma como base la moderna teoría del desarrollo endógeno o local.

⁴ “Es en el libro *Beyond the stable state* donde D. Schon (1971) avanza por primera vez la idea de los límites del modelo ‘centro-periferia’” (Bailly y Maillat, 1988).

⁵ Muy similares a los citados anteriormente por Remy, 1966.

⁶ Las economías de aglomeración se componen de economías de localización (resultante del reagrupamiento sobre un espacio restringido de 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.

⁷ Según ellos, 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 y especiales 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.

En los últimos años se ha dedicado una especial atención a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación por su posible contribución a la modificación de la localización de los servicios a empresas. Todo parece indicar que dichas tecnologías pueden alterar las ventajas comparativas de los grandes centros urbanos profundizando y acentuando las tendencias de desconcentración⁸, 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.

Dos de las principales consecuencias de las NTIC para la producción de servicios son: a) un incremento en su «transportabilidad» (UNCTAD, 1985⁹) y b) un incremento adicional en las economías de escala de producción (Stanback et al., 1981). Las NTI han relajado significativamente una de las principales claves de la producción de servicios: el hecho de que producción y consumo tuviese 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.

Las transformaciones y evoluciones en la geografía corporativa de las redes de telecomunicación e información juegan un papel fundamental en el desarrollo, localización y modernización de las actividades de servicios a empresas y posibilita la generación de ventajas comparativas en ciertos servicios, especialmente en aquéllos más estratégicos como los servicios de información. Pero, como dice Zurbano (1996), la generación y difusión de la información tiene una clara dimensión espacial que repercute a favor de los grandes centros urbanos y las “regiones centrales”.

Así pues, 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, 1991 b). 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.

⁸ 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, Gagoo 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).

⁹ Citado en Martinelli, 1991 b).

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 (p.e. contabilidad, control de inventarios, etc) (Martinelli, 1991 a).

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.

4.- El papel de los servicios avanzados a las empresas en las políticas de desarrollo regional.

4.1.- El tratamiento de los servicios por la política económica¹⁰.

El crecimiento que han experimentado los servicios, tanto en términos de empleo como de producción, ha dado lugar a que en los últimos veinte años se plantee la necesidad de incluirlos dentro de las políticas territoriales de promoción económica.

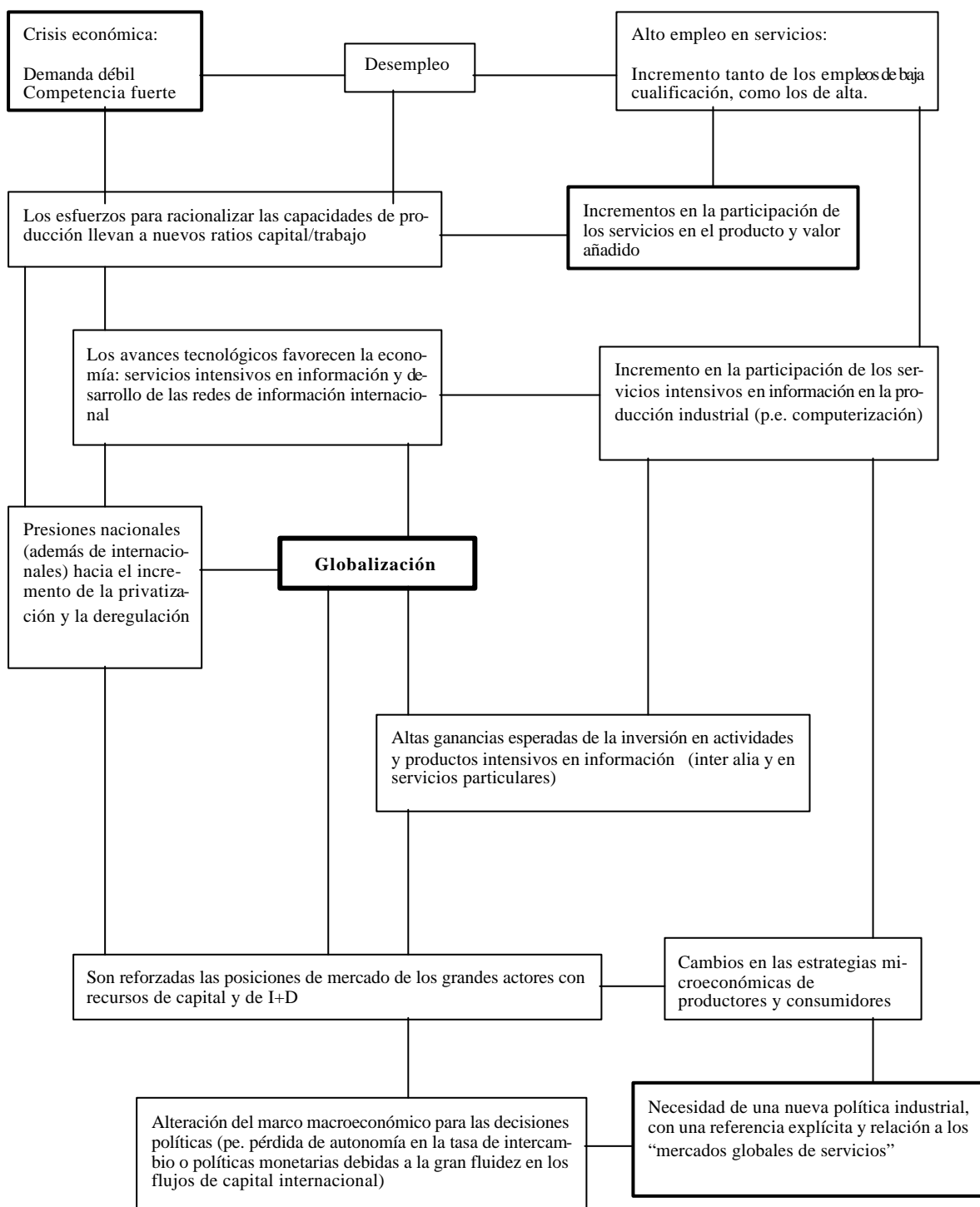
La consideración de los servicios, y especialmente los servicios a empresas, como parte importante de la política económica y, en particular, como instrumento de la política de desarrollo regional, ha evolucionado sustancialmente a lo largo de las últimas décadas. Así, en los primeros años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial, etapa que se caracterizó por ignorar al sector servicios, al que se consideraba como subsidiario de la industria, de escasa productividad y con un marcado carácter inflacionista, la política regional se basó en la creación de grandes complejos industriales (polos de desarrollo industrial).

A comienzos de la década de los setenta, en algunos países como Reino Unido, Italia o Francia, se decidió reorientar la política regional en el sentido de conceder al sector terciario en su conjunto medidas de promoción directa, similares a las concedidas a la industria. Se inicia la “nueva era de la política regional” inspirada en la nueva concepción del desarrollo económico a partir del aprovechamiento del potencial de desarrollo en el ámbito local y regional, donde se concede atención prioritaria a las PYMEs por una parte, y a las propias regiones y colectividades locales por otra.

Los cambios producidos a raíz de los procesos de “globalización” han creado la necesidad de diseñar una nueva política industrial, en la que se tome en consideración la importancia creciente de los servicios (véase figura 1).

¹⁰ En este apartado vamos a repasar brevemente el tratamiento de los servicios por la política económica y algunas de las propuestas realizadas sobre su inclusión en la política regional.

Figura 1: Mutaciones en la economía mundial y renovada importancia de las políticas industriales: un diagrama causal



Fuente: Lanvin (1991), p. 207

En lo relativo al diseño o formulación de políticas, algunos trabajos han puesto de manifiesto diferencias más o menos notables entre los distintos países, que hacen posible que se pueda hablar de cuatro tipos o categorías de políticas regionales, atendiendo a la importancia concedida en cada caso al sector terciario (Del Río, 1997):

- 1.- Las políticas regionales exclusivamente dedicadas a las actividades de servicios.
- 2.- Las que han dado entrada al sector terciario más o menos en las mismas condiciones que el sector manufacturero, aunque muchas veces con restricciones o reservas especiales.
- 3.- Las que, de manera explícita, han excluido en su formulación y desarrollo a las actividades terciarias.
- 4.- Aquéllas que, aunque teniendo de hecho un alcance nacional, han influido notablemente en la distribución espacial de los servicios entre las distintas regiones.

Al principio existía una actitud dubitativa por parte de los responsables de la política regional: aunque habían comprendido la necesidad de dar entrada a las actividades terciarias en el nuevo enfoque del desarrollo regional, se mostraban claros partidarios de una mayor protección y apoyo de las actividades propiamente productivas, por considerar que los servicios seguían adoleciendo de una serie de defectos que les restaban fiabilidad a la hora de su consideración como fórmula de acción regional.

La evidencia de los hechos (los servicios ganaron posiciones a la industria en la fase de crisis en un aspecto tan importante como la creación de empleo) despertó entre los estudiosos de la economía un notable interés por el conocimiento de la naturaleza e implicaciones de los mismos y comenzaron a elaborarse una serie de estudios que invalidaron los argumentos anteriores y establecieron las bases sobre las que se asentaría una nueva fase de la nueva política regional, cuyo desarrollo ha tenido lugar a lo largo de los 80, coincidiendo con el fuerte avance experimentado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Algunas de las conclusiones más relevantes a las que llegaron estos trabajos son:

1. El sector terciario ha manifestado un elevado nivel de dinamismo, tanto antes como a lo largo de la crisis económica, especialmente en lo que se refiere a la creación de empleo. Sin embargo, a lo largo de la crisis, los servicios tradicionales o de consumo, que fueron los más dinámicos en la fase anterior, se estabilizan o retroceden, y son los modernos servicios a la producción, especialmente los servicios a empresas, los que manifiestan un mayor desarrollo.
2. Todos los servicios se muestran claramente receptivos a las modernas tecnologías de la información y la comunicación, pero son los modernos servicios a la producción los que se relacionan de forma más estrecha con dichas tecnologías por el hecho de que éstas posibilitan el acceso a los canales de información, la difusión de los procesos innovadores, y una mayor eficacia de los procesos productivos de las empresas, tanto industriales como de servicio.
3. Las nuevas tecnologías, al tiempo que contribuyen a la destrucción de puestos de trabajo en la industria, facilitan el actual proceso de reorganización de los procesos productivos, de los que surgen nuevas funciones de servicios cuyo desarrollo conlleva creación de empleo.
4. Mientras los servicios se muestran proclives a concentrarse en los principales núcleos urbanos o industriales, las modernas tecnologías pueden contribuir a su descentralización, al menos en determinados aspectos, como el tratamiento y almacenaje de datos.

5. Los servicios a empresas pueden contribuir en mayor o menor grado al incremento de la productividad de las empresas industriales al hacer posible la externalización de una serie de funciones.

6. La dotación de servicios en una determinada zona de nula o escasa tradición industrial puede propiciar de algún modo la creación de un núcleo industrial.

Todos estos factores, junto con otros relativos a la dotación de infraestructuras, a la presencia de un mercado laboral fluido y especializado y a las condiciones medioambientales y de disponibilidad de suelo, constituyen los pilares básicos en los que se asienta la actual política regional dirigida a la promoción y el desarrollo equilibrado de la industria, mediante el encauzamiento adecuado de unas actividades de servicios (especialmente los destinados a la producción) que atraviesan una fase de fuerte dinamismo como consecuencia de la presencia conjunta de dos importantes fenómenos: la innovación tecnológica y la reorganización de los sistemas productivos. A su implantación está contribuyendo de forma determinante la nueva orientación de la política económica general que, basada en el desarrollo de la oferta, ha hecho necesaria una nueva concepción de las relaciones laborales (por ejemplo en lo relativo al empleo a tiempo parcial, empleo temporal, trabajo a domicilio, etc.) y una transformación de los métodos de producción mediante la sustitución de equipos convencionales por modernas tecnologías, cuya contribución al incremento de la producción industrial es evidente.

Esta nueva política regional, tal como fue concebida por la entonces Comunidad Económica Europea a raíz del Proyecto FAST, tenía en cuenta cuatro objetivos estratégicos a alcanzar a largo plazo por las respectivas regiones y cuya identificación se llevó a cabo teniendo en cuenta el hecho constatado de que el avance de los servicios es, al mismo tiempo, el origen de oportunidades y de problemas para las regiones que componían esta Comunidad. Estos objetivos eran:

- Evitar que una región determinada, o un conjunto de regiones, se viera relegada a una situación de inferioridad respecto de las demás como consecuencia de la concentración geográfica y financiera de las empresas en ciertas regiones, debido a la polarización espacial, funcional y social de las actividades de servicios.
- Encauzar adecuadamente las nuevas tecnologías en lo relativo a su introducción y desarrollo, teniendo en cuenta en todo momento su importancia fundamental en la gran mayoría de las actividades de servicios.
- Formular y llevar a cabo una política de infraestructuras y de redes de información y comunicación, tan necesarias para el desarrollo de los servicios.
- Llevar a cabo una articulación entre cada región y el resto del mundo en el contexto de una economía mundial cada vez más concurrencial y global.

Parece que las acciones a desarrollar deberán encuadrarse, básicamente, en una política regional que conjugue el desarrollo de los servicios y el apoyo a la investigación científica y tecnológica. Así, la política regional de los servicios debería fijarse tres objetivos básicos (Del Río,1997):

* Utilizar la dinámica puesta de manifiesto por los servicios en las regiones más avanzadas, para llevar a cabo la potenciación del desarrollo de las regiones periféricas¹¹.

* Estimular la racionalización y la modernización de las estructuras industriales y económicas en general.

* Activar la creación de empleo en el “terciario avanzado”.

En consecuencia, dicha política podrá girar, simultáneamente, en torno a cuatro ejes principales:

1. La dotación de infraestructuras técnicas que faciliten la prestación de servicios.
2. El desarrollo de un marco de normas de carácter organizacional, jurídico, etc., con el que se fundamente el nuevo marco de relaciones internacionales en materia de comercio, uso de tecnología, etc., derivados de la nueva división internacional del trabajo y de la innovación tecnológica.
3. La aplicación de medidas de estímulo a la oferta y demanda de servicios.
4. El desarrollo de una serie de acciones dirigidas a la mejora de los recursos humanos disponibles en materia de educación y formación, con el fin de dar respuesta adecuada a las necesidades de las empresas en materia de personal.

La política científica y tecnológica debería concebirse y llevarse a cabo teniendo en cuenta dos opciones estratégicas diferentes:

1. Asegurar el reequilibrio desde arriba (nivel nacional) mediante el desarrollo de grandes programas de I+D a los que tuvieran acceso todas las regiones.
2. Asegurar un reequilibrio desde abajo, mediante el desarrollo prioritario de acciones contextuales en los planos regional y local.

Los servicios a empresas constituirán la base operacional más eficaz de la política regional en el sentido de que ellos constituyen el verdadero nexo de relación entre el componente inmaterial que representa la innovación tecnológica y el componente material constituido por la producción industrial.

4.2.- Los servicios avanzados a las empresas y la nueva política de desarrollo regional.

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

¹¹ Esta propuesta ha de contemplar que no es posible la traslación de los éxitos alcanzados en las regiones más avanzadas a las periféricas, en el sentido de que las condiciones en las que se van a desarrollar estas actividades en las regiones periféricas van a ser totalmente distintas. Como dice Furtado (1991, 36): “*Sin el reconocimiento y el respeto de la identidad cultural de cada pueblo, el desarrollo apoyado en el dinamismo de las relaciones internacionales podrá ser más destructivo que constructivo*”.

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.

Ahora bien, se puede decir que estas actividades juegan un papel importante en las economías de nuestro entorno, y ello por diversos motivos (Márquez Guerrero, 1995):

* Su capacidad para crear empleo.

Se puede comprobar estadísticamente 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 son los que han mostrado un mayor dinamismo. Ahora bien, el que este tipo de servicios hayan supuesto el desarrollo de unas determinadas economías no significa que este hecho sea trasplantable en otras economías bien distintas. 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 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.

4.2.1.- Los servicios a empresas como instrumentos de acción regional.

Las actuaciones en materia de promoción de los servicios a empresas se iniciaron al principio de los 70 en Reino Unido, Italia y Francia, pero su generalización no tuvo lugar hasta la segunda mitad de los 80.

Cuando se habla de mecanismos de promoción de los servicios a 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. (P.e.: 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.

Por su parte, como indica Martinelli (1991 b), cualquier política de servicios debe tener una perspectiva integrada, microeconómica y estratégica. 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.

Por otro lado, los inputs de los servicios a empresas son diferentes de los de las manufacturas. Además de capital, tecnología e infraestructura, los servicios a empresas 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.

“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 humanos¹²” (Zurbano, 1991, pág. 210).

A) Mecanismos de promoción de la oferta de servicios avanzados.

Las acciones orientadas a la promoción de la oferta de servicios que se vienen aplicando en un buen número de países suelen revestir una triple forma:

1. Concesión de estímulos a las empresas de servicios para favorecer su implantación en una zona o región determinada.

Las medidas más comunes son:

- Establecimiento de programas de estímulo a la creación de empleo, mediante la concesión de subvenciones con vistas a favorecer la transferencia, expansión o implantación de sociedades de servicios a empresas.
- Puesta en práctica de programas de ayuda directa a la creación de empleo en servicios, mediante la concesión de estímulos financieros para la creación y el desarrollo de actividades de tipo terciario.
- Concesión de préstamos a las empresas de servicios para facilitar su creación y/o desarrollo.

2. Incentivarles a trabajar para las regiones más desfavorecidas desde el punto de vista económico.

Una forma de promoción de la oferta de servicios consistiría en otorgar subvenciones a los centros de investigación o de asesoramiento a las empresas que desarrollen su actividad en las zonas o regiones más desfavorecidas. Por ejemplo, los Centros

¹² Véase Comisión de las Comunidades Europeas (1987), *Services, Technologies Avancées et Regions*. Dossier Stratégique, 4. FAST II.

Tecnológicos constituidos por empresas privadas y organismos públicos con el fin de prestar asistencia técnica a las empresas en materia de organización, de control de calidad o de normalización.

3. Que sean los propios poderes públicos los que asuman, de forma directa, la organización y dotación de dicha oferta.

El desarrollo de políticas de oferta de forma directa por los poderes públicos puede asumir varias formas:

- Prestación de asesoramiento gratuito a las PYMEs.
- Puesta en funcionamiento de programas de formación.
- Actuación sobre el “entorno” mediante la formación de zonas de actividad económica (incubadoras de empresas, etc.) equipadas con servicios más bien especializados.

B) Acciones de promoción de los servicios a empresas por el lado de la demanda.

Los instrumentos utilizados en este terreno se orientan a reducir el coste que puede suponer para una empresa el recurrir a un servicio externo, o el tener que asumir competencias de tipo terciario.

- Uno de los instrumentos más utilizados consiste en la subvención a las empresas que acuden en busca de asesoramiento. (Programa BIS (Business Improvement Service), 1984, en Reino Unido).
- Otra forma de sostener la demanda de las empresas que desean mejorar su información consiste en estimular la contratación de personal altamente cualificado, con el fin de reforzar su capacidad de innovación y adaptación.

C) Instrumentos de promoción de los servicios a empresas en el doble plano de la oferta y la demanda.

Actuaciones con vistas a estimular y potenciar la oferta y la demanda de servicios a empresas se han materializado en la creación de una variada gama de instituciones y centros especializados en su producción y prestación: Tecnópolis, Parques Científicos y Tecnológicos, etc.

En el contexto de la Unión Europea, la jerarquía de agentes que se encargan del diseño y puesta en funcionamiento de la política regional (Unión Europea, Estado Central y Región) ha dado lugar a que las instituciones y centros de servicios a empresas hayan hecho su aparición como resultado de diferentes iniciativas.

La UE ha tratado de articular las políticas económicas nacionales y regionales mediante el establecimiento de una serie de programas relativos al desarrollo de infraestructura, tecnología, servicios a empresas y formación profesional. Al mismo tiempo, ha hecho realidad mecanismos concretos de formación de servicios a empresas, BC-net, CEI, etc., a los que ha atribuido una estructura para favorecer su difusión por el conjunto de las regiones comunitarias.

Los Estados Centrales, además de funciones mediadoras entre la UE y las regiones y de control de las políticas regionales respectivas, llevan a cabo la creación de centros nacionales de servicios, sobre todo en el terreno de la I+D y la formación profesional (Tecnópolis y Centros de I+D, por ejemplo).

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 empresas (Parques Tecnológicos, Institutos Tecnológicos, Centros de Empresas, etc.).

4.2.2.-Posibilidades para las regiones periféricas

Como dedujo de sus análisis Martinelli (1991 b), las regiones periféricas tienen tres opciones básicas:

- ◆ 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 del país.
 - 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.

- ◆ 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.

- ◆ 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 de servicios mundial. 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. Además se produciría una mejora en el adiestramiento y adquisición de “saber hacer” de la fuerza de trabajo 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.

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

manifestaciones más destacadas es la progresiva interrelación servioindustrial (Zurbano, 1996).

Como los servicios a 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 lo que 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 polarización¹³ 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 para 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).

5.- Consideraciones finales.

Actualmente, las economías de nuestro entorno se caracterizan por la importancia alcanzada por las actividades de servicios. Dentro de este sector tan heterogéneo, son precisamente aquellas actividades más integradas e interrelacionadas con el sistema productivo -los denominados servicios a la producción y, principalmente los Servicios Avanzados a las Empresas- las que han jugado un papel fundamental en los últimos años, debido a su papel estratégico.

Si a esta importancia estratégica de los SAE unimos el hecho, comprobado empíricamente, de su tendencia a concentrarse en las “regiones centrales”, en las que tienen asegurado el acceso a una mano de obra cualificada, la accesibilidad y posibilidades de comunicación, etc., el resultado es un agravamiento en las disparidades regionales y un aumento en la dependencia de las “regiones periféricas” respecto a las decisiones tomadas en el “centro”.

Todo ello hace que las actuaciones desde la Política Económica en esta materia sean de especial relevancia para estas “regiones periféricas”, tratando de huir de los trasposos de modelos que han tenido buenos resultados en “regiones centrales” a espacios cuya realidad económica, social y cultural es diferente.

Para empezar, hay que tener presente que un territorio es algo más que un espacio geográfico, ya que en él conviven agentes sociales que son el resultado de un proceso histórico y cultural. Por tanto, se hace necesario un análisis en profundidad de la realidad no sólo en su versión económica. Así, en el caso concreto de los Servicios

¹³ Debido a la tendencia geográfica y financiera de las empresas de servicios y, especialmente, de servicios a empresas, como ya se ha puesto de manifiesto en el epígrafe correspondiente a su localización.

Avanzados a Empresas, pensamos que las acciones encaminadas a su promoción en una región periférica, además de contemplar conjuntamente acciones tanto por el lado de la oferta como por la demanda, deben basarse en un estudio particularizado en cada caso de las posibilidades y las necesidades de acción.

6.- Bibliografía.

- **BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1988)**, *Le secteur tertiaire en question*. Ed. Economica. Paris.
- **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.
- **BONAMY, J. y VALEYRE, A. (1994)**, "Services, relation de services et organisation" en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Edi. ECONOMICA.Paris. páginas 17-34.
- **CLARK, C. (1940)**, *The conditions of economic progress*. Macmillan, Londres. Consultada edición en castellano: *Las Condiciones del Progreso Económico*. (1971) Alianza Editorial. Madrid.
- **CUADRADO, J.R. (1988)**, "Políticas regionales:hacia un nuevo enfoque" en *Papeles de Economía Española*, nº 35, páginas 68-95.
- **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. (Dir. y coord.) *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.
- **ELFRING, T. (1988)**, *Service Employment in Advanced Economies*, Hants, Gower.
- **FISHER, A.G.B. (1939)**, "Production primary, secondary and tertiary" *Economic Record*, nº 15, Junio.
- **FURTADO, C. (1991)**, *Economía Mundial: Transformación y Crisis*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, Colombia.
- **GALBRAITH, J.K. (1967)**, *The New Industrial State*. Signet Books, New American Library. New York.
- **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.
- **ILLERIS, S. (1989)**, *Services and Regions in Europe*. Avebury. Aldershot, England.
- **ILLERIS, S. (1991)**, "Location of services in a service society" " en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, páginas 91-107.
- **ILLERIS, S. (1994)**, "La localisation des producteurs et utilisateurs de services" en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Edi. ECONOMICA.Paris, páginas 95-107.
- **ILLERIS, S. (1996)**, *The Service Economy. A geographical approach*. John Willey & Sons. Chichester, England.
- **ILLERIS, S. (1997)**, "Localización de los servicios a empresas en zonas urbanas y regionales" en *Economía Industrial* nº 313, páginas 93-103.

- **JAYET, H. (1994)**, “Services et espace” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Ed. ECONOMICA. Paris, 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. Citado en Mérenne-Schoumaker, 1996
- **LAVIN, B. (1991)**, “Services and new industrial strategies: what is at stake for developing countries?” ” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, páginas 197-210.
- **MÁRQUEZ GUERRERO, C. (1995)**, “Los servicios avanzados a las empresas en Sevilla”.
- **MARSHALL, J.N. y WOOD, P.A. (1995)**, *Services and Space. Key aspects of Urban and Regional Development*. Longman Singapore Publishers, Singapur.
- **MARTINELLI, F. (1989)**, “Struttura industriale e servizi alla produzione nel Mezzogiorno” en *Politica Economica*/a.V, n.1, aprile 1989, páginas
- **MARTINELLI, F. (1991a)**, “A demand-orientated approach to understanding producer services” ” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, páginas 15-29.
- **MARTINELLI, F. (1991b)**, “Producer services’ location and regional development” ” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, 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), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, páginas 151-176.
- **MARTINELLI, F. (1999)**, “La geografia dei servizi in Italia” en MARTINELLI, F. y GADREY, J. (1999), *L’economie dei servizi*. Bologna: Il Mulino.
- **MAY, N. (1994a)**, “Services, espace et main d’oeuvre: division spatiale du travail et marchés de l’emploi” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Ed. ECONOMICA. Paris. páginas 55-77.
- **MAY, N. (1994b)**, “Développement des services et transformation des configurations urbaines” en BONAMY, J. y MAY, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Ed. ECONOMICA. Paris. páginas 79-94.
- **MONNOYER, M.C. y PHILIPPE, J. (1991)**, “Localisation factors and development strategies of producer services” ” en DANIELS, P.W. y MOULAERT, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York, páginas 108-117.
- **MORENO JIMÉNEZ, A. y ESCOLANO UTRILLA, S. (1992)**, *El comercio y los servicios para la producción y el consumo*. Edit. Síntesis.
- **NUSBAUMER, J. (1984)**, *Les services: nouvelle donné de l’économie*. ECONOMICA. Paris.
- **OCHEL, W. y WEGNER, M. (1987)**, *Service Economies in Europe. Opportunities for growth*. Commission of the European Communities. Pinter Publishers. London.
- **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.
- **REMY, J. (1966)**, *La ville, phénomène économique*. Ed. Ouvrières, Bruxelles, cit. en Bailly y Maillat (1988).

- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1996a)**, “La situación actual de los servicios a empresas en España” en *Economistas* n° 69, páginas 491-497.
- **RUBALCABA BERMEJO, L. (1996b)**, *Los servicios a empresas en Europa: crecimiento y asimetrías*. Tesis doctoral. Madrid.
- **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.
- **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.
- **SINGELMAN (1978)**, *From agriculture to services: the transformation of industrial employment*. Sage Publications. Beverly Hills.
- **SOY, A (1993)**, *Els serveis a les empreses i el desenvolupament regional i urbà: el cas de la regió metropolitana de Barcelona*. Tesis doctoral.
- **STANBACK, T.M. et alia (1983)**, *Services: the new economy*. Allenheld & Osmar, Totawa, NJ.
- **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. (Resumen de su Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco, 1991).