

**V Reunión de Economía Mundial (Sevilla 2003).**

**Papel de las empresas multinacionales en el sector de Servicios  
Avanzados a las Empresas: repercusiones para las regiones  
periféricas.**

Rosario Asián Chaves.

Grupo AREA.

Universidad de Sevilla.

[rasian@us.es](mailto:rasian@us.es)

Tf: 954 55 44 20 / 76 48

Fax: 954 55 76 49

## 1. Introducción.

Las economías de finales del siglo XX han sido caracterizadas como “economías de servicios”, dada la importancia, no sólo cuantitativa tanto en la producción cuanto en el empleo sino, sobre todo cualitativa, que las actividades consideradas dentro de dicho sector representan en la organización y gestión de la producción. La tendencia de dichas actividades a concentrarse en las principales áreas económicas –las denominadas “áreas centrales”- es uno de los elementos que explica las actuales desigualdades en el desarrollo regional, ya que representa un vehículo de dependencia y una restricción a la difusión de la innovación y al desarrollo autosostenido en la periferia. En las últimas décadas ha emergido una nueva división internacional del trabajo basada en los Servicios a las Empresas<sup>1</sup>, en la que las empresas y corporaciones multinacionales representan un importante papel.

En esta comunicación pretendemos analizar las repercusiones que tiene el comportamiento de este tipo de empresas en el sector de los Servicios Avanzados a las Empresas (SAE) sobre las regiones periféricas. Concretamente, nos basamos en el estudio de Andalucía –situada en un espacio del “centro” (la Unión Europea) y caracterizada como región periférica-. Intentamos observar, además de los efectos de las organizaciones multinacionales directamente a través de la oferta de Servicios Avanzados –empresas que ofrecen este tipo de servicios-, sus efectos desde la perspectiva de la demanda –empresas usuarias de dichos servicios-.

La estructura industrial de Andalucía –elemento determinante en la demanda de estos servicios- se caracteriza por su dualidad, en el sentido de que conviven un importante número de pymes (en muchos casos de menos de 10 empleados), que conforman el tejido industrial autóctono, con grandes empresas pertenecientes a grupos multinacionales. Esta dualidad también se observa en la estructura empresarial del sector de SAE.

Nosotros nos planteamos si la presencia de estas organizaciones multinacionales, tanto en las empresas que ofrecen SAE, cuanto en las que lo demandan, tiene efectos inducidos sobre la estructura económica local, a través del establecimiento de vínculos con las empresas locales, o si, por el contrario, estas multinacionales tienden a derivar hacia el exterior de la región aquellas demandas de servicios con un mayor nivel de sofisticación, aumentando el nivel de dependencia externa ya existente en Andalucía.

---

<sup>1</sup> Los Servicios a las Empresas son servicios destinados a la demanda intermedia, es decir, empresas y organismos de la Administración Pública. Para una definición de estas actividades puede consultarse: Cuadrado

## 2. La internacionalización y mundialización de la economía.

Desde los años setenta del siglo pasado, se está produciendo en la economía mundial un proceso de integración y globalización económica sin precedentes, produciéndose lo que se ha venido denominando "mundialización", que ha pasado a ser una referencia constante en los estudios actuales de la Ciencia Económica.

Los cambios económicos a los que estamos asistiendo están marcados por una creciente interdependencia de las empresas locales con los mercados, los circuitos y centros de decisión financieros, los lugares de innovación y de difusión tecnológica, cada vez más internacionales, mientras por otro lado y al mismo tiempo se está produciendo una revalorización de la política local (Preteceille, 1994).

Durante las décadas de los setenta y ochenta tuvieron lugar una serie de innovaciones científicas y tecnológicas que originaron un nuevo paradigma tecnológico, que se caracteriza, entre otras cosas, por el hecho de que las nuevas tecnologías centrales están concentradas en el procesamiento de la información; y lo más relevante de ello es que la información constituye tanto la materia prima como el producto.

También hay que destacar que los principales efectos de las innovaciones de las nuevas tecnologías recaen sobre los procesos más que sobre los productos, lo cual conduce a una modificación en la base material de la organización social en su conjunto. A su vez, se presta una mayor importancia a la educación y la formación, y se da una mayor flexibilidad de las organizaciones en la producción, el consumo y la gestión.

El término "globalización"<sup>2</sup> se ha venido utilizando de una forma indiscriminada y difusa, dando a entender que es una situación necesaria, general e indeterminada, por la que obligatoriamente nos vemos abocados a transcurrir sin otro remedio. Pero sobre todo, no se le considera normalmente en los efectos económicos y sociales derivados del mismo, sino que simplemente se enuncia como un proceso lineal, natural y positivo.

---

y González, 1988; De Bandt, 1995; Rubalcaba, 1996; Barcet y Bonamy, 1997; Soy, 1997; Wood, 1997.

<sup>2</sup> "Por globalización se entiende, generalmente, el avance hacia la instauración en el planeta de un único sistema en lo económico, lo político, lo cultural y lo comunicacional. La globalización sería la última fase, la culminación, del proceso de mundialización comenzado hace varios siglos, en la época de los grandes descubrimientos geográficos y del inicio del colonialismo europeo, e intensificado con la consolidación del modo de producción capitalista" (Palenzuela, 1997).

## 2.1. Las corporaciones transnacionales y las inversiones extranjeras directas.

Las compañías transnacionales y las naciones-estado están unidas en el complejo proceso de globalización. Esta interacción está provocando la creciente complejidad geográfica de la economía global. Las corporaciones transnacionales<sup>3</sup> son responsables de una desproporcionada parte del empleo, producción y comercio mundial<sup>4</sup> –una tercera parte del comercio mundial se realiza en el seno de las multinacionales, el denominado comercio intrafirma (Hernández, 2000)-, incrementando cada vez más su dominio en los mercados globales. En 1997, las filiales en países extranjeros de empresas transnacionales fueron responsables de ventas estimadas en 9'5 billones de dólares, lo que corresponde al 7% del PNB global de dicho año, y representa un crecimiento real del 40% respecto a 1980 (Machado, 2001).

**Tabla 1: Evolución de las multinacionales en los noventa.**

Año	Casas matrices	Filiales en el extranjero
1990	37.000	170.000
1996	44.000	280000
1999	60.000	500.000

Fuente: Hernández, 2000

Hoy se estima que existen unas 63.000 empresas multinacionales, con 690.000 filiales y mantienen acuerdos con otra infinidad de empresas que dependen directa o indirectamente de ellas. Estas multinacionales generan el 10% de la renta mundial a través de sus filiales extranjeras, y algo más de un 25% mediante su actividad interna en el país de origen. Se

<sup>3</sup> Una corporación transnacional implica operaciones en al menos dos países, incluyendo el de origen. Todas las empresas multinacionales son corporaciones transnacionales, pero no todas las corporaciones transnacionales son multinacionales. Como sintetiza Tamames (1985), estas corporaciones transnacionales o grandes empresas mundiales se caracterizan en esencia por los siguientes aspectos más relevantes: *“Contar con unidades de producción en varios países; carácter multiplanta y multiproducto a la vez que son agentes de dominio económico; suelen emplear las técnicas más avanzadas en sus organizaciones; dedican fuertes inversiones en investigación y desarrollo; practican políticas agresivas con agilidad financiera; disponen de un conocimiento a fondo de la estructura de funcionamiento de los países donde actúan, etc.”*

<sup>4</sup> En la actualidad, el volumen de actividad económica de las grandes corporaciones transnacionales sobrepasa el de casi todos los países –excepto el de los más grandes-. Si comparamos los valores de las grandes empresas al PNB nacional de los países del mundo, veremos que cincuenta y una de las 100 economías más grandes del planeta son corporaciones transnacionales. Por ejemplo, General Motors, con unos ingresos anuales de 177.260 millones de dólares –datos a 22 de julio de 2002-, tiene más o menos el mismo ingreso que Irlanda, Nueva Zelanda, y Hungría juntos (Karlner y Aparicio, 2002)

calcula que las 25 mayores controlan más del 5% de toda la renta mundial –lo que equivale a la renta de toda Alemania o casi el doble de la del continente africano-, y ocupan a unos seis millones de personas –2'4 en el extranjero-. (Martínez Estévez, 2001)

**Tabla 2: El peso de las multinacionales no financieras.**

(datos en billones de dólares)

<b>Datos del Mundo</b>				
◆ PIB del mundo	10'6	21'5	30'1	6'3
◆ Exportaciones de bienes y servicios mundiales	2'0	4'2	6'9	7'6
<b>Datos de las 63.000 multinacionales</b>				
◆ Ventas de las filiales en el extranjero	2'5	5'5	11'6	9'4
◆ Exportaciones de las filiales en el extranjero	0'6	1'2	3'2	10'3
◆ PIB de las filiales en el extranjero	0'6	1'4	3'0	25'9
◆ Empleo de las filiales en el extranjero (millones)	17'4	23'6	40'5	5'1
<b>Datos de las 25 primeras multinacionales</b>				
◆ Ventas de las filiales en el extranjero			1'2	
◆ Empleo de las filiales en el extranjero (millones)			2'4	

(1) Tasa media de crecimiento anual

(2) Fuente: UNCTAD (2000), *World Investment Report*.

Los países dominantes en la economía mundial son origen y destino preferente de las inversiones transnacionales<sup>5</sup>. La estructura geográfica de las inversiones extranjeras directas se ha vuelto más compleja recientemente. El 74% de las corrientes de inversión de 1999 se ubicaron en diez países desarrollados, y el 80% de las inversiones que se canalizaron hacia los países en desarrollo se concentraron también en otros diez países (Martínez Estévez, 2001). En este proceso, como veremos en nuestro análisis empírico, las pequeñas y medianas empresas quedan marginadas, limitándose en muchos casos a depender de sus poderosos clientes o proveedores, y a correr el riesgo de ser absorbidas por esos grandes conglomerados empresariales.

Las inversiones extranjeras directas continúan siendo extremadamente importantes en industrias extractivas, pero el énfasis ha cambiado hacia otros sectores, recientemente el sector servicios, especialmente en aquellas actividades relacionadas con el comercio, las finanzas y servicios empresariales, como contabilidad, servicios legales, etc. (Dicken, 1992).

<sup>5</sup> De las cien más grandes compañías multinacionales, 27 son norteamericanas, 11 del Reino Unido, 11 de Alemania, 17 de Japón, 13 de Francia, 5 de Suiza, 3 de Holanda, 3 de Italia, 3 de Suecia, 3 de Canadá, 1 de Bélgica, 1 de Australia y 2 en el tercer mundo: la coreana Daewoo y la estatal de petróleo de Venezuela.

La importancia de la globalización financiera y su influencia en otros aspectos de la globalización económica es un tema puesto de manifiesto por los diversos autores, así como por los organismos internacionales que estudian el respecto<sup>6</sup>.

Dentro de los procesos derivados de la globalización económica, y en particular la financiera, tiene un papel determinante la inversión extranjera directa<sup>7</sup>, cuya importancia vital se puso de manifiesto desde los primeros movimientos de la internacionalización, siendo su papel tan importante en los servicios cuanto en el sector manufacturero. La inversión extranjera directa está marcada por un elevado grado de concentración en el seno de los países avanzados.

Se produce una intensificación y diversificación de las inversiones extranjeras directas de los grupos industriales hacia los servicios, fenómeno que no se explica exclusivamente por la importancia de las inversiones inmateriales así como la complejización de la producción. El dueño de la cadena de valor juega un gran papel. El tamaño de los grupos que se han constituido en ciertas ramas de los servicios, el montante de los capitales empeñados y las formas diversificadas de la internacionalización representan una amenaza potencial para los grupos industriales. La complementariedad entre industria y servicios no tiene nada de una coexistencia pacífica.

Las empresas multinacionales de servicios han sido particularmente inventivas en cuanto a las modalidades de sus inversiones en el extranjero, estando entre las primeras en experimentar ciertas modalidades de “nuevas formas de inversión”, como el *franchising*. Para las inversiones extranjeras directas en servicios ha sido muy importante la desreglamentación y privatización de los grandes servicios públicos a principios de los noventa.

Contrariamente a algunas opiniones populares, un gran sector servicios no está limitado a las economías más avanzadas (Dicken, 1992). Los servicios constituyen una parte fundamental

---

<sup>6</sup> Así, la OCDE (1992), entre sus comentarios nos comunica que “*La globalización ha cambiado la importancia relativa de los factores creadores de interdependencias. La inversión internacional domina la internacionalización en mayor medida que los intercambios y da forma a las estructuras que predominan en la producción y el intercambio de bienes y servicios. Los flujos de intercambios intra-firma han adquirido más importancia. La inversión internacional está confortada por la globalización de las instituciones bancarias y financieras cuyo efecto es facilitar las fusiones y adquisiciones transnacionales*”.

<sup>7</sup> Según la definición de la UNCTAD, la inversión extranjera directa se da cuando el capitalista foráneo compra, contruye o adquiere una empresa o parte importante de sus acciones y de la responsabilidad en su administración. Se trata generalmente de una operación con miras a largo plazo, hecha por una multinacional de bienes o servicios, con la que busca hacerse a un mercado, aprovechar los recursos naturales o explotar mano de obra de otra nación. (Hernández, 2000)

del PIB en todas las economías, aunque la importancia relativa de los servicios como parte del PIB varía de forma directa con el nivel de renta del país. Lo que realmente varía es el tipo de actividades de servicios. Así, en los países en vías de desarrollo, el sector servicios suele estar representado por actividades de baja cualificación y escasa tecnología, mientras en los países desarrollados son más importantes los servicios relacionados con los negocios, como los servicios financieros, servicios técnicos y profesionales, etc. Y es precisamente el crecimiento en el comercio internacional y en las inversiones internacionales en este tipo de servicios, lo que ha sido especialmente significativo durante los ochenta.

Según un cuerpo teórico ya consolidado<sup>8</sup>, 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, 1991b, 2000; Monnoyer, 1996; 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 servicio<sup>9</sup>, 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

---

<sup>8</sup> Véanse Hymer (1972), Westaway (1974), Pred (1977), Lipietz (1980), Cohen (1981) y Friedmann (1986).

<sup>9</sup> 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.

desarrollo de los Servicios a las Empresas es limitado o inexistente<sup>10</sup>.

Sobre los limitados efectos inducidos de las instalaciones descentralizadas de las grandes empresas multilocalizadas –sucursales– en las regiones periféricas, se han realizado numerosos estudios<sup>11</sup>. 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, así como 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 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*<sup>12</sup> y, en particular, por todos aquellos servicios con alto contenido estratégico e innovativo:

---

<sup>10</sup> Sassen (1991, 1996, 1998), Martinelli (1989, 1991, 2000).

<sup>11</sup> Podemos destacar Firn (1975), Hoare (1978), Britton (1980), O’Farrell (1980), Marshall (1982, 1988a), Dicken (1976, 1992).

<sup>12</sup> 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, LAR. y Hitchens, DMWN. (1993) y Roberts (1998, 1999).

planificación, I+D, informática, marketing, etc.

## 2.2. El capital y los mercados financieros.

La creciente movilidad del capital ha provocado cambios en la organización geográfica de la producción y en las redes de mercados financieros, generando una demanda de tipos de producción necesarios para asegurar el control de esta nueva organización de la producción y las finanzas. También ha reorganizado la relación de trabajo. Un aspecto importante de la movilidad del capital es la transnacionalización en la propiedad y control de las principales corporaciones a través de las inversiones extranjeras directas, fusiones y adquisiciones y *joint ventures*. Chesnais en su libro *La mondialization du capital* (1994) sostiene que la mundialización debe entenderse como una fase específica del proceso de internacionalización del capital y de su puesta en valor a la escala del conjunto de regiones del mundo donde se encuentran los recursos o los mercados.

Desde el punto de vista de las necesidades de concentración de capital, el doble movimiento de desreglamentación y de privatización de servicios públicos constituye una exigencia que las nuevas tecnologías –la telemática, etc- han venido a servir. La esfera financiera representa la punta de lanza del movimiento de mundialización del capital. Es en esta esfera donde las operaciones alcanzan el grado más elevado de movilidad, donde el desfase entre las prioridades de los operadores y las necesidades mundiales es el más escandaloso.

Desde principios de los ochenta la imbricación entre las dimensiones productiva y financiera de la mundialización se ha manifestado bajo nuevas formas. La “desintermediación” financiera ha permitido a los grandes grupos colocar títulos directamente sobre los mercados financieros internacionales. Desde principios de los noventa, la imbricación ha estado marcada por el crecimiento notable de la importancia de las operaciones puramente financieras de los grupos industriales. El movimiento de mundialización del capital invertido en el sector manufacturero, los servicios o las telecomunicaciones tiene importantes consecuencias sobre la localización de las actividades económicas mundiales, el reparto de la renta y el empleo. La integración financiera internacional ha ido pareja con la caída de barreras en diferentes tipos de mercados (mercado de cambios, mercado de créditos, mercado de acciones y obligaciones) y ha estado favorecida por la creación de numerosos productos financieros nuevos. La globalización financiera ha posibilitado la retención de la plusvalía al grado más elevado jamás conocido.

### 2.3.- El papel de los servicios en este entorno global.

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 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 internacional<sup>13</sup>.

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. En este sentido, se ha producido 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 han comprobado diversos autores, tienen una importancia estratégica para el desarrollo de países y regiones<sup>14</sup>.

Los modos de producción han cambiado, y, aunque sigan existiendo economías de escala, las series de producción tienden a acortarse, y comienzan a adquirir importancia las economías de alcance. Los parámetros de competitividad, antes que los precios son la calidad, 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.

---

<sup>13</sup> 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).

<sup>14</sup> Como han manifestado numerosos autores (Aharoni, 1993; Cuadrado y Del Río, 1993; Daniels, 1993; De Bandt, 1995; Del Río, 1996; Rubalcaba, 1996; Zurbano, 1996; etc.), los Servicios a las Empresas son unas actividades que resultan decisivas en la actualidad para la innovación, competitividad, internacionalización y productividad del moderno tejido industrial.

Estos cambios en los modos de producción han sido necesarios debido a los frecuentes cambios en los mercados, los cuales se han internacionalizado, pero, a su vez, requieren ajustes a las especiales características de los diferentes países y regiones, pues los mercados nacionales se han segmentado cada vez más, forzando la competitividad a diferenciar la producción más aún, de manera que 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 un reparto de responsabilidades para realizar las diferentes tareas, lo que es facilitado por las nuevas tecnologías; crece el número de trabajos de planificación y relacionados con la toma de decisiones.

Los factores de producción más importantes son ahora el conocimiento, la creatividad y las habilidades cooperativas del personal. Generalmente se requieren crecientes habilidades, y se alargan los sistemas de educación y entrenamiento. 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.

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, calificada y hábil, es condición *sine qua non* para la producción.

#### 2.4. 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 tiene 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 Empresas en el desarrollo económico y, en

concreto, en el desarrollo regional de áreas periféricas o deprimidas de los países capitalistas occidentales (Zurbano, 1996).

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.

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. Primero 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.

Dado que la globalización aumenta considerablemente el poder de negociación de las multinacionales en sus relaciones con los actores internacionales, nacionales o regionales<sup>15</sup> – incluyendo los gobiernos-, en este aspecto la globalización actual contribuye a la desestructuración de los sistemas productivos existentes en beneficio de las grandes empresas. Estas empresas transnacionales van reestructurando sus procesos productivos en el ámbito mundial, implicando serios impactos en las regiones donde operan. 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

---

<sup>15</sup> Los gobiernos locales ofrecen incentivos de diverso tipo para facilitar la instalación de filiales de multinacionales, de modo que las multinacionales representan la posibilidad de nuevas perspectivas económicas: flujos de inversiones directas, transferencia de tecnologías, desarrollo regional, etc.

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, pág. 180?).

Junto a la expansión de las compañías multinacionales, el otro factor de la creciente internacionalización de los flujos de servicios es la creciente comercialización exterior de los servicios. Ésta 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. Esto profundiza más la progresiva marginación de dichas regiones respecto de las redes productivas y comerciales a través de las cuales discurre la senda tecnológica e innovadora y la norma productiva internacional, aunque existe la posibilidad de desarrollar una oferta endógena si se instrumenta una política adecuada (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 en las actividades de servicios, 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 europeas, Estados Unidos o Japón; además de que pueden ser participadas por dichas compañías del exterior, todo lo cual 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).

Como posibles repercusiones positivas derivadas de la eliminación de barreras comerciales, por el lado de la oferta está la probabilidad de una mayor posibilidad para el intercambio

comercial y, así, incrementar las exportaciones. Desde el punto de vista de la demanda, los consumidores pueden beneficiarse de una mejora de la competitividad vía una disminución de los precios, una mejor calidad o por la posibilidad de acceder a nuevos servicios.

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.

### 2.5. Tendencia a la concentración 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 teoría del “lugar central”).

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.

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

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 integración<sup>16</sup>.

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.

A escala interurbana, la orientación geográfica de las actividades de servicios se puede sintetizar (Bailly, 1994, p.119):

- Las grandes empresas, con multitud de establecimientos, localizan sus sedes sociales en los centros de las metrópolis, y sus sucursales en las ciudades de rango siguiente, según una jerarquía de organización y según lógicas de mercado. Con el crecimiento de las empresas internacionales, esta lógica metropolitana se convierte en dominante.
- Las actividades de servicios de tipo “fordista”, por ejemplo el tratamiento de datos, se localizan en las afueras y en las ciudades medias donde exista mano de obra disponible. Se trata de localizaciones “*footloose*” susceptibles de cambiar en función del coste de la mano de obra y de la sindicación.
- Las actividades de servicios con mano de obra muy cualificada y mercado internacional se implantan en las grandes metrópolis donde la mano de obra cualificada es abundante. En estos

---

<sup>16</sup> 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.

casos se tienen en cuenta cuestiones de especialización y flexibilidad en la elección del lugar de instalación (tecnópolis, por ejemplo).

-Las actividades de servicios a las empresas locales, que sirven a mercados regionales, se instalan en función de la accesibilidad a estos mercados, en un lugar central según las lógicas de mercado. Puede hablarse de territorialización de los servicios y de accesibilidad al cliente.

El proceso de internacionalización es un hecho principal en el sector de los Servicios a las Empresas (Daniels, 1993), que acompaña a la mundialización de la economía y que ha sido en gran parte facilitado por las nuevas tecnologías de la comunicación que han permitido la multiplicación de las redes y de los intercambios. Esta internacionalización soporta la emergencia de grandes ciudades mundiales e internacionales, que en la mayoría de los casos son también lugares financieros (Sassen, 1991). Estos lugares financieros están fuertemente jerarquizados y son poco numerosos en los países del tercer mundo (Ver cuadro 2.1)

**Cuadro 2.1: La jerarquía de los centros financieros internacionales.**

Lugares de primer nivel	Londres, Nueva York
Lugares de segundo nivel	París, Francfort, Zurich, Amsterdam, Tokio
Lugares de tercer nivel	Bruselas, Bale, Madrid, Roma, Viena, Dusseldorf, Hamburgo, Bombay, Hong Kong, Singapur Melbourne, Sydney Toronto, Chicago, San Francisco, Méjico, Río de Janeiro, Sao Paulo

Fuente: Dicken, 1992, p. 375.

El proceso de internacionalización se realiza generalmente en fases, como pasa en el caso de los bancos (Ver cuadro Dicken, 1992, p.372). Cada fase se caracteriza por el papel jugado en el ámbito internacional por las empresas locales, por el tipo de operaciones bancarias internacionales, por los métodos de internacionalización y por la clientela de las operaciones internacionales.

## 2.6. La concentración geográfica de las sedes sociales.

Dónde se localizan las sedes sociales de las grandes empresas no es una cuestión baladí, sino que esta localización 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 empíricos realizados sobre el tema, refiriéndose algunos, los más numerosos, al examen de la distribución espacial de los domicilios sociales de las mayores empresas (“cuarteles generales”-*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.

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 tecnológica. 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.

Los territorios en los que se concentran estos centros de dirección devienen en focos de poder, polos privilegiados del disimétrico 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 planetaria se encuentran en Estados Unidos, Japón y Europa, destacando las denominadas por Sassen *global cities*: Nueva York, Tokio y Londres.

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, en Moreno y Escolano, 1992). Esto mismo ha sido demostrado en Bruselas por Mérenne-Schoumaker (1996) y en Dinamarca por Illeris (1997), así como en otros muchos lugares.

Con los avances de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación se están produciendo complicados movimientos de reacomodación espacial de las sedes sociales, que tienden a una cierta descentralización, intra e interurbana, desde el centro a la periferia, produciéndose una reestructuración del espacio urbano.

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 se traduce en una mejora y aumento de toda clase de servicios en las áreas que las poseen, debido a la gran demanda que generan, de manera que Londres, Madrid o Barcelona, por ejemplo, están mejor dotadas de aeropuertos, hoteles, etc. que cualquier otra ciudad.

### **3. Repercusiones en la economía andaluza del comportamiento de las empresas multinacionales en relación con el sector de SAE<sup>17</sup>.**

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). A su vez, dentro del sector Servicios, Andalucía presenta los mayores niveles de especialización en los Servicios comerciales, turismo y servicios públicos, mientras que su especialización en aquellas actividades más interrelacionadas con el sistema productivo –especialmente con el sector industrial-, como son los servicios financieros y los servicios a empresas –servicios de ingeniería, I+D, publicidad, etc.-, se sitúa por debajo de la media nacional (Asián, 2002).

Otro rasgo que define la estructura económica de Andalucía 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).

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”*.

---

<sup>17</sup> Los datos utilizados en este apartado provienen de un estudio realizado sobre el sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía, cuya metodología de análisis puede consultarse en Asián (2002).

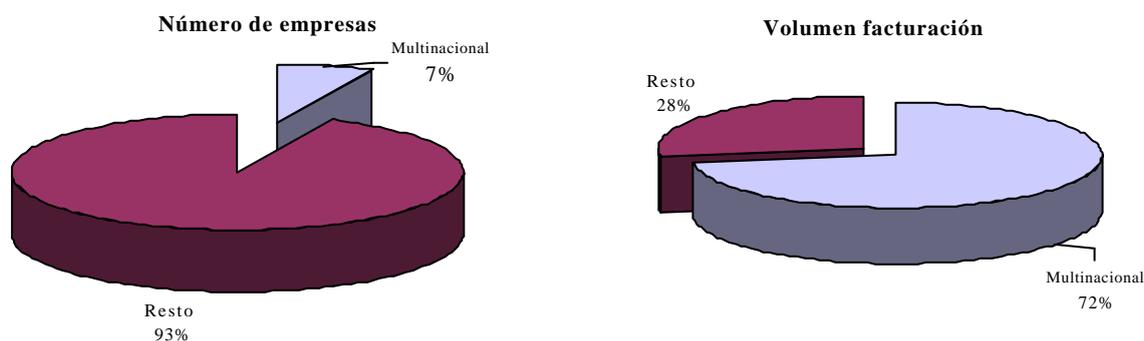
Estos rasgos generales del sistema productivo andaluz, sobre todo en lo referente a la dualidad existente en las empresas industriales, determinan fuertemente cuál va a ser la evolución del sector de Servicios Avanzados a las Empresas, así como cuáles serán las repercusiones de la penetración de empresas multinacionales, tanto en dicho sector, como en la industria, principal demandante y determinante del desarrollo del mismo.

### 3.1. Las empresas multinacionales de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía.

Las empresas que ofrecen Servicios Avanzados a Empresas (SAE) en Andalucía 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 que 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, que tienen una estructura más inestable, y en el que se producen numerosos movimientos de entrada y salida del mercado.

Dentro de ese grupo de grandes empresas, la mayoría son empresas multinacionales, cuya sede en España se localiza en Madrid o Barcelona, y lo que poseen en Andalucía es alguna delegación para mantener una relación más directa con el cliente. En este caso, los establecimientos de Andalucía dependen en la mayoría de sus actuaciones –esto ocurre en el 68% de los casos-, de las decisiones tomadas en la sede central –fuera de Andalucía-.

**Gráfico 1: Porcentaje de las empresas multinacionales en número y en volumen de facturación**



Fuente: Elaboración propia.

Este conjunto de empresas multinacionales en el sector de SAE, aunque representan tan sólo el 7% del número de empresas del sector que actúan en esta región, suponen sin embargo el 72% del volumen de facturación. Esta circunstancia nos da idea de la importancia de estas

empresas multinacionales del sector en Andalucía, y de sus posibles repercusiones para la estructura productiva regional.

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 86% 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 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 86% de estas empresas tiene más de 10 trabajadores en Andalucía. 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.

Si tenemos en cuenta que estas grandes empresas tienen mayores posibilidades de estandarizar su producción de servicios<sup>18</sup>, aprovechando de este modo las posibles economías de escala, las pequeñas empresas locales se encuentran en condiciones de inferioridad patente a la hora de competir con ellas. En muchos casos, también estas grandes empresas tienen mayores posibilidades de ofrecer una extensa gama de servicios, con lo cual fidelizan a las empresas demandantes, que prefieren contratar todos los servicios que necesitan a una misma empresa, en lugar de acudir a varias empresas, una para cada servicio.

El 75% de las filiales entrevistadas dependen de la sede central en nuestro país para la prestación de un servicio, limitándose el establecimiento regional únicamente a las funciones de mantener el contacto directo con el cliente, realizándose el diseño y prestación del servicio en la sede central. Por otra parte, estas filiales en Andalucía, sólo tienen como destino el

---

<sup>18</sup> 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.

mercado doméstico, con lo que tienen un entorno menos estratégico para la multinacional, en comparación con las filiales que acceden a un mayor número de países.

### 3.2. La demanda de SAE por las empresas de la Industria Agroalimentaria en Andalucía.

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 las 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.

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.

En nuestro estudio, referido a las empresas seleccionadas del sector agroalimentario como demandantes de SAE, hemos dividido la muestra en dos grupos: las pequeñas y medianas empresas, que representan el grupo empresarial autóctono, y las grandes empresas de la Industria Agroalimentaria que operan en Andalucía. Por lo que respecta al grupo de empresas grandes, todas ellas pertenecen a grandes grupos internacionales. Hemos distinguido dos situaciones distintas: por un lado, 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, Coca-Cola-. Ambos grupos, como vimos en el estudio más amplio

realizado para los SAE (Asián, 2002), tienen un comportamiento distinto al del conjunto de empresas regionales (pequeñas y medianas). Ahora bien, entre sí, también manifiestan algunas diferencias.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas del sector la mayoría de los proveedores de estos servicios residen en la capital de la provincia, aunque, esto no significa que en todos los casos estemos hablando de empresas de SAE andaluzas –pueden ser filiales de empresas multinacionales radicadas en la región-. 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 2: 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 a continuación, las grandes empresas son las que demandan en mayor medida servicios de fuera de la región, bien porque demandan a empresas, que aunque tengan establecimiento en Andalucía, no son andaluzas, 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.

El porcentaje de uso de estos servicios aumenta considerablemente cuando nos referimos a las empresas pertenecientes a grupos internacionales, 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. Si el porcentaje medio de uso de estos servicios era del 42% (ver Asián, 2002), en el caso de las grandes empresas pertenecientes a grupos internacionales, este porcentaje asciende al 88%.

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 país<sup>19</sup>. En 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.

---

<sup>19</sup> 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.

En la tabla siguiente se puede observar lo que ya han comentado numerosos autores cuando estudian la externalización de estos servicios. El tamaño de las empresas demandantes influye en la decisión de externalizar o realizar internamente estos servicios, en el sentido de que las grandes empresas utilizan 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 central<sup>20</sup>. Las más claras excepciones son los servicios de Asesoramiento en comercio exterior y Asesoramiento en logística y los del área de Estudios y Proyectos.

**Tabla 3: La externalización de SAE en las empresas pertenecientes a grupos internacionales.**

	Origen del servicio			
	Puramente externo	Puramente interno		Externo e interno
		Sede	Establecimiento	
<b>Selección y Evaluación</b>	<b>0</b>	<b>14,3</b>	<b>28,6</b>	<b>57,1</b>
<b>Formación</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>	<b>57,1</b>
<b>Métodos y tiempos</b>	<b>20,0</b>	<b>20,0</b>	<b>60,0</b>	<b>0</b>
<b>Estudio de costes</b>	<b>0</b>	<b>28,6</b>	<b>57,1</b>	<b>14,3</b>
<b>Diseño industrial</b>	<b>0</b>	<b>28,6</b>	<b>57,1</b>	<b>14,3</b>
<b>Ingeniería de bienes de equipo</b>	<b>0</b>	<b>20,0</b>	<b>80,0</b>	<b>0</b>
<b>Gestión de la calidad</b>	<b>0</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>	<b>25,0</b>
<b>Asesoramiento en I+D</b>	<b>40,0</b>	<b>20,0</b>	<b>40,0</b>	<b>0</b>
<b>Imagen y publicidad</b>	<b>12,5</b>	<b>37,5</b>	<b>12,5</b>	<b>37,5</b>
<b>Diseño gráfico</b>	<b>14,3</b>	<b>28,6</b>	<b>42,8</b>	<b>14,3</b>
<b>Estudios de mercado</b>	<b>12,5</b>	<b>25,0</b>	<b>25,0</b>	<b>37,5</b>
<b>Asesoramiento en comercio exterior</b>	<b>50,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>50,0</b>
<b>Asesoramiento en logística</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>
<b>Organización de empresas</b>	<b>14,3</b>	<b>42,8</b>	<b>42,8</b>	<b>0</b>
<b>Asesoramiento económico-financiero</b>	<b>12,5</b>	<b>50,0</b>	<b>37,5</b>	<b>0</b>
<b>Control de gestión</b>	<b>14,3</b>	<b>42,8</b>	<b>42,8</b>	<b>0</b>
<b>Planificación estratégica</b>	<b>14,3</b>	<b>42,8</b>	<b>42,8</b>	<b>0</b>
<b>Implantación de sistemas informáticos</b>	<b>37,5</b>	<b>37,5</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>
<b>Programación informática</b>	<b>14,3</b>	<b>42,8</b>	<b>14,3</b>	<b>28,6</b>
<b>Implantación de sistemas telemáticos</b>	<b>28,6</b>	<b>42,8</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>
<b>Centro de cálculo y base de datos</b>	<b>28,6</b>	<b>42,8</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>
<b>Consultoría territorial y urbana</b>	<b>50,0</b>	<b>33,3</b>	<b>16,7</b>	<b>0</b>
<b>Localización de plantas</b>	<b>50,0</b>	<b>33,3</b>	<b>16,7</b>	<b>0</b>
<b>Evaluación/corrección de impacto ambiental</b>	<b>60,0</b>	<b>40,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Ingeniería civil/industrial, energía y residuos</b>	<b>50,0</b>	<b>33,3</b>	<b>16,7</b>	<b>0</b>
<b>Inversiones y estudios de viabilidad</b>	<b>42,8</b>	<b>28,6</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>
<b>Estudios socio-económicos.</b>	<b>42,8</b>	<b>28,6</b>	<b>14,3</b>	<b>14,3</b>

Fuente: Elaboración propia.

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

<sup>20</sup> Si la empresa tiene la sede fuera de Andalucía.

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 4: La externalización de SAE según tipo de empresa y por tipos de servicios.**

	Origen del servicio							
	Puramente externo		Puramente interno				Externo e interno	
			Sede		Establecimiento			
	Emp and	Filial	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	-
								0
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.

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), 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: 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.

Las diferencias entre las filiales de empresas multinacionales y las que tradicionalmente habían sido empresas andaluzas son apenas significativas. En todo caso, las empresas que antes 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 sí diferencia a ambos grupos es, que en el caso de las filiales, la mayor parte de los servicios realizados internamente, que son la mayoría, se realizan en la sede, es decir, fuera de la región.

#### 4. Consideraciones finales.

Uno de los rasgos más característicos de la globalización es la masiva exportación de capitales, ya sea en forma de inversiones extranjeras directas, o a través de la adquisición,

absorción, fusión, etc. de empresas, que pasan a ser dirigidas por grandes multinacionales. El número de estas empresas multinacionales ha aumentado rápidamente en las dos últimas décadas del pasado siglo, de modo que un tercio de los activos del sector productivo privado del mundo están bajo alguna forma de control de las multinacionales. Esto significa que millones de empresas de todo tamaño, en todos los espacios, son tributarias de las multinacionales, a través de sociedades, alianzas, franquicias o subcontratación, entre otras. A lo anterior se une el alto grado de concentración del capital: en la Tríada, Estados Unidos, Unión Europea y Japón, se concentra el 90% de las compañías multinacionales.

El comportamiento de las filiales de estas empresas es determinante en la articulación de la estructura productiva de los distintos espacios, teniendo unas repercusiones diferentes en las regiones periféricas que en las centrales. Así, en las regiones periféricas, no se suelen activar vínculos entre estas “sucursales” y las empresas locales, que pudieran servir como factor de arrastre para las actividades autóctonas. Más bien, como hemos comprobado para Andalucía, y para el caso concreto de los Servicios Avanzados a las Empresas y la Industria Agroalimentaria, los establecimientos de las filiales mantienen relaciones con las grandes empresas, es decir, con las también filiales de empresas multinacionales del sector que ejerce la demanda.

Resumiendo, las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía se pueden dividir en dos categorías. Un reducido número de empresas medianas o grandes –en las que predominan las empresas pertenecientes a grupos internacionales, que representan el 7% del total de empresas, sin embargo suponen el 72% 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 tienen sus sedes centrales fuera de Andalucía, lo que significa que las decisiones empresariales que afectan a esta parte fundamental del sector son tomadas en ámbitos externos a la región.

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.

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 que 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.

Resmiendo, de lo que hemos comentado anteriormente podemos deducir que la situación del sector de Servicios Avanzados a las Empresas en Andalucía puede suponer la desaparición de las pequeñas empresas locales, ante su imposibilidad de competir con las grandes empresas procedentes de fuera. Aunque, visto desde otro lado, se puede pensar en activar las relaciones entre pequeñas empresas locales, ya que en este ámbito parecen no inmiscuirse demasiado las grandes multinacionales del sector.

## 5. Bibliografía<sup>21</sup>.

- Aharoni, Y. (Ed.) (1993), *Coalitions and competition: the globalization of professional business services*. Routledge. Londres y New York.
- Asián Chaves, R. (2002), *Globalización de los servicios en Andalucía. El caso de los Servicios Avanzados a las Empresas*. Tesis doctoral.
- Cuadrado, J.R. y Del Río, C. (1993), *Los servicios en España*. Edic. Pirámide, S.A.
- 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.
- De Bandt, J. (1995), *Services aux entreprises*. Ed. ECONOMICA. Paris.
- Delgado, M. (1981), *Dependencia y marginación de la economía andaluza*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba.
- Delgado, M. (1995), “La economía andaluza en los años 90. Rasgos básicos y perspectivas” en Delgado, M. y Román, C. (Eds.) (1995), páginas 73-101.
- Del Río, C. (1988), “Los servicios a las empresas: una explicación del crecimiento del sector terciario” en *Economistas* nº 29, páginas 163-166.
- 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.
- Dicken, P. (1992), *Global Shift. The internationalisation of economic activity*. Paul Chapman Publishing Ltd., Londres.
- Hernández, A. (2000), “Globalización y empresas multinacionales”.

---

<sup>21</sup> Al ser muy extensa la bibliografía utilizada, sólo hemos incluido en este epígrafe la más directamente relacionada con la confección de esta comunicación. Para el resto de obras y artículos citados a lo largo del texto puede consultarse la bibliografía recogida en Asián (2002).

- Karliner, J. y Aparicio, k. (2002), FSM Congreso sobre Corporaciones Transnacionales.
- Mañas Alcón, E. (1992), “La demanda de servicios a las empresas según tamaño, actividad y localización” en *Papeles de Economía Española* nº 50, páginas 307-311.
- 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), “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.
- Martínez Estévez, A. (2001), “La concentración del poder económico”, en [www.aurelio-martinez.net](http://www.aurelio-martinez.net)
- Machado, J.A.S. (2001), “Corporaciones Transnacionales y Gobiernos Locales: Intereses de Mercado versus Intereses Públicos”.
- <http://www.forum-global.de/soc/bibliot/machado/trans-local.htm>
- OCDE (1992), *La technologie et l'économie: les relations déterminantes*, Paris.
- Rubalcaba Bermejo, L. (1996), *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.
- 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).