

XXVIII REUNIÓN DE ESTUDIOS REGIONALES

Posibilidades de desarrollo de los Servicios Avanzados a las Empresas en las regiones periféricas, gracias a las NTIC. El caso de Andalucía.

Rosario Asián Chaves
Grupo AREA, Economía Aplicada II
Universidad de Sevilla
Tfno: 954 55 44 20
e-mail: rasian@us.es

1. Introducción.

Las economías capitalistas actuales se definen como “economías de servicios” debido a la importancia, sobre todo cualitativa, que han adquirido las actividades clasificadas dentro del Sector Servicios. Pero, dentro de este sector, que engloba actividades muy diversas y heterogéneas, existe un grupo que ha demostrado poseer una importancia estratégica en las últimas décadas. Este grupo es el de los servicios a la producción, y más concretamente la rama de los Servicios a las Empresas. A su vez, dentro de esta rama, sobresalen una serie de actividades más directamente relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) y con los cambios más recientes en el sistema productivo, y que han sido clasificados como Servicios Avanzados a las Empresas (SAE).

Diversos estudios¹ han demostrado la tendencia de los SAE a concentrarse en las “áreas centrales” –concretamente en las denominadas “ciudades globales” (Sassen, 1991)-, provocando un agravamiento de los desequilibrios regionales. En los últimos años se viene dedicando una atención especial a las NTIC por su posible contribución a la descentralización de estas actividades, así como al desarrollo de algunas medidas de Política Económica, de cara a incentivar la ubicación y el desarrollo de estas actividades en las “regiones periféricas”.

En la presente comunicación realizamos un repaso a la evolución en el desarrollo de estas actividades y a sus repercusiones desde el punto de vista de los desequilibrios regionales y de las posibilidades para las “regiones periféricas”. Para esto último, nos basaremos en un análisis de este sector realizado en Andalucía. La región andaluza presenta en la actualidad una situación bastante desfavorable en la dotación de los Servicios Avanzados a las Empresas. A pesar de ser una de las regiones más terciarizadas de España –la cuarta, detrás de Madrid y las dos regiones insulares-, su especialización se concentra en las actividades de Comercio, Turismo y Sector Público, mostrando una desespecialización en las actividades clasificadas como servicios a la producción (Asián, 2000). Dentro de Andalucía, la actividad productiva, especialmente en el tema terciario, se concentra principalmente en las ciudades de Sevilla y Málaga.

¹ Pueden consultarse, Martinelli (1989, 1991, 2000), Illeris (1991, 1994, 1997), Monnoyer y Philippe (1985, 1991), Rubalcaba (1996), Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado (1998).

2. Los SAE en el desarrollo económico contemporáneo.

2.1. Definición de las actividades consideradas.

Los Servicios a las Empresas² se pueden definir como servicios de consumo intermedio, para distinguirlos de los servicios destinados al consumo final –por ejemplo, servicio doméstico, educación, etc.-, de los que se han excluido los servicios financieros y una serie de servicios mixtos –como los de transporte, comercio, etc.- Dentro de esta rama existe un conjunto muy heterogéneo de actividades, algunas con comportamientos muy dispares.

En los últimos años, a causa principalmente de la influencia de las NTIC, se han distanciado aquellas actividades más relacionadas con el uso de estas tecnologías, que son las que han mostrado un comportamiento más dinámico, y que se han denominado “Servicios Avanzados a las Empresas” –servicios de I+D, ingeniería industrial, etc.-, para distinguirlos de los otros Servicios a las Empresas más tradicionales –servicios de limpieza industrial, vigilancia, etc.-

Debido en parte al extraordinario dinamismo de esta rama de actividad –ya que continuamente están apareciendo servicios nuevos- aún no existe una definición generalmente aceptada ni una clasificación unánime para estas actividades. Podemos destacar en este sentido la definición realizada por Zurbano (1996, 35): *“Bajo la categoría de servicios avanzados se incluyen aquéllos que generan las condiciones para la adopción de innovaciones en productos y procesos y los que permiten nuevas formas de gestión y organización empresarial, así como el acceso a nuevos sistemas y redes de comercialización interior y exterior. Se trata de servicios diversos –servicios de innovación tecnológica, diseño, nuevos materiales, formación, publicidad, ciertas formas de asesoría, etc.- que posibilitan a las empresas demandantes el acceso a mayores cuotas de valor añadido”.*

2.2. Causas y efectos del desarrollo de los SAE en la evolución de la organización productiva contemporánea.

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

² Son muchas las definiciones realizadas para los Servicios a las Empresas, pudiéndose destacar Del Río (1991), Rubalcaba (1996), Barcet y Bonamy (1997), Soy (1997), González Romero (1997), etc.

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.

Así, el desarrollo de los Servicios a las Empresas en las economías avanzadas, debido a su estrecha relación con la actividad productiva, debe ser analizado en relación a la evolución de la organización de la producción contemporánea. Como dice Martinelli (1989), el crecimiento de los Servicios a las Empresas debe considerarse como el resultado de al menos tres procesos:

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

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

Precisamente, una de las manifestaciones más importantes de la creciente división técnica del trabajo en el terreno de los Servicios a las Empresas se conoce como externalización³. Este fenómeno es el que posibilita que la expansión de estos servicios quede reflejada en las estadísticas al uso. La expansión de los servicios destinados a las empresas indica claramente que la división social del trabajo en la producción de todos los outputs se está ampliando de manera ininterrumpida (Sayer y Walker, 1992).

Para concluir, hay que señalar que los Servicios a las Empresas son, por un lado, el resultado de la creciente división y especialización del trabajo que caracteriza la organización de la producción contemporánea. Sin embargo, existe la opinión de

³ Contratación de determinados servicios, que antes eran realizados internamente por la propia empresa, generalmente a empresas especializadas en la prestación de los mismos.

que su desarrollo más que “ser debido a” es “una condición para” los aumentos de productividad habidos en los sectores productivos y, particularmente en la producción industrial (Momigliano y Siniscalco, 1980). De hecho, muchos Servicios a las Empresas tienen un alto contenido innovador, especialmente los denominados SAE, de manera que las mismas innovaciones de producto o de proceso o ambas son al mismo tiempo “vehículo” potencial de la innovación entre empresas y sectores. Como dice Martinelli (1989), al estar estas innovaciones unidas a decisiones que influyen las direcciones del cambio, muchos de estos servicios tienen también un relevante contenido estratégico. Por ello, el desarrollo y la difusión de estos servicios se convierten en elementos determinantes de la dinámica de competencia entre empresas, sectores y regiones.

2.3. La localización de los SAE.

En el análisis de la evolución de los servicios en los últimos años se observa una desigual distribución espacial, de modo que los países con economías más avanzadas son los que cuentan con los mayores niveles de actividades de tipo terciario, sucediendo algo similar en el plano regional. El conocimiento de las pautas y de los factores de localización de los servicios ha venido centrando el interés de un grupo de estudiosos del tema desde los años sesenta –por ejemplo, Remy (1966)-, evidenciándose en sus estudios que los factores determinantes de la concentración de los servicios son básicamente los siguientes⁴:

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

Desde mediados de los setenta, como consecuencia principalmente del fuerte avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y de la nueva orientación de la política regional⁵, la localización de los servicios parece haber obedecido a una lógica diferente. En el caso de los Servicios a las Empresas, la tendencia general es a la concentración, sin embargo, las propias características intrínsecas de cada una de las actividades que componen el sector hacen que éstas sean en mayor o menor medida independientes de la distancia, habiendo algunas

⁴ Todos relacionados con el componente tecnológico.

⁵ La política regional de esta época toma como base la teoría del desarrollo endógeno o local.

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.

En general, por tanto, en la oferta de Servicios a las Empresas, aunque existen determinadas tendencias hacia la descentralización, facilitadas en parte por el desarrollo de las NTIC, la evidencia empírica muestra que sigue dominando la concentración. Esta concentración se explica por muy diversos factores, algunos basados en las fuerzas locacionales clásicas: costes de transporte, costes laborales y economías de aglomeración, a los que hay que añadir algunos más. Así, Marshall y Wood (1995) indican los diez siguientes: 1) accesibilidad y proximidad; 2) acceso físico al cliente; 3) buen transporte; 4) mercado competitivo; 5) telecomunicaciones de alta calidad; 6) mano de obra cualificada; 7) amplio número de administrativos; 8) barrios atractivos para el personal; 9) oferta de apropiada acomodación de oficinas; y 10) ambiente urbano de alta calidad, incluyendo servicios culturales y sociales.

2.4. El impacto de las NTIC en la localización de los Servicios a las Empresas.

El proceso de localización descrito para los Servicios a las Empresas aumenta las disparidades regionales, al producirse una desigual distribución de funciones debido a la concentración de las tareas más estratégicas e innovativas en las “regiones centrales”. Hasta hace poco tiempo las dinámicas de localización estaban influidas más por factores que eran externos a las empresas –como la legislación-, que por factores internos –por ejemplo, el desarrollo tecnológico-. El desarrollo de las NTIC ha modificado esta situación y permitido una evolución en la estructura del sector servicios (Monnoyer y Philippe, 1991).

En los últimos años se ha dedicado una especial atención a las NTIC por su posible contribución a la modificación de la localización de los Servicios a las Empresas. Todo parece indicar que dichas tecnologías pueden alterar las ventajas comparativas de los grandes centros urbanos profundizando y acentuando las tendencias de desconcentración⁶, con lo que se abrirían nuevas perspectivas a las “regiones

⁶ Aunque, como se viene comentando, la pauta de localización dominante en los Servicios a las Empresas es la concentración, se observan algunas tendencias de desconcentración geográfica favorecidas por los tres fenómenos siguientes (Rubalcaba, Ortíz, Gago y Cuadrado, 1998):

periféricas”. Aunque lo cierto es que esto no se produce así realmente sin que haya una intervención externa que ayude a que las tendencias de descentralización tengan lugar efectivamente. Como dice Zurbano (1996), la generación y difusión de la información tiene una clara dimensión espacial que repercute en favor de los grandes centros urbanos y las “regiones centrales”.

Dos de las principales consecuencias de las NTIC para la producción de servicios son: a) un incremento en su «transportabilidad» (UNCTAD, 1985) y b) un incremento adicional en las economías de escala de producción (Stanback y otros, 1981). Las NTIC han relajado significativamente una de las principales claves de la producción de servicios: el hecho de que producción y consumo tuviesen que realizarse simultáneamente y en el mismo lugar, permitiendo, de este modo, la separación de importantes segmentos de la producción de servicios en tiempo y espacio (Martinelli, 1991b). Si el productor de servicios domina suficientemente las técnicas de comunicación, puede modificar las formas de su producción 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 las Empresas y posibilita la generación de ventajas comparativas en ciertos servicios, especialmente en aquéllos más estratégicos, como los servicios de información.

Entre los principales tipos de innovación tecnológica capaces de modificar la dinámica espacial de los Servicios a las Empresas, algunos autores señalan el papel preponderante jugado por los cambios en las técnicas de dominio y difusión de la información, que permite la disminución de las distancias entre los agentes económicos. El resultado de este fenómeno sería la pérdida de importancia de algunas

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.

funciones terciarias consideradas “centrales” –se rompería el monopolio de la información que poseen los principales centros urbanos-.

Frente a la creencia generalizada de que el desarrollo de las NTIC necesariamente supondría la dispersión espacial de actividades, está el argumento de que la concentración o dispersión de actividades depende más de la estructura y estrategia de las empresas, que de las innovaciones tecnológicas *per se*. (Martinelli, 1991b). Según Illeris (1989), puede decirse que las NTIC deben considerarse sólo como un factor condicionante más que un determinante unívoco de localización.

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

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.

2.5. Los SAE y la nueva política de desarrollo regional.

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 las 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.

Las actuaciones en materia de promoción de los Servicios a las 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 las Empresas hay que hacer siempre referencia a la tecnología, sobre todo en lo que a la información sobre su uso y aplicación se refiere. La importancia de las nuevas tecnologías es un hecho incuestionable en todos los países industrializados, como lo es su consideración prioritaria en la definición de los objetivos de la política de desarrollo regional. Sin embargo, conviven dos enfoques muy diferentes en torno a las relaciones entre la tecnología y el desarrollo regional:

- 1- Uno de ellos considera la dimensión espacial como un factor importante en la promoción y el desarrollo de la innovación. La región es considerada como un factor del crecimiento nacional. Este enfoque teórico se viene materializando en la promoción de complejos tecnológicos –zonas “high tech”- en los países más desarrollados y que han contribuido fuertemente a su prosperidad económica. El objetivo central es contribuir al crecimiento general más que a la reducción de las disparidades regionales.
- 2- El otro enfoque se centra en primer término en el desarrollo regional, considerando la innovación únicamente como un instrumento al servicio de este desarrollo. Se trata de favorecer por todos los medios posibles la penetración de nuevas tecnologías, especialmente en el ámbito de las PYMEs regionales –por ejemplo, centros regionales de ayuda a la transferencia de tecnología-.

Según Zurbano (1996), el recurso a las nuevas tecnologías no es suficiente, en principio, para superar la limitación de proximidad y para permitir la desconcentración y la descentralización de las funciones estratégicas de servicios, siendo más intensas las consecuencias económicas de este hecho en el ámbito regional que en el nacional o supranacional. También indica que las políticas en materia de desarrollo de redes no ayudan a dinamizar la economía local si se dirigen de manera exclusiva a privilegiar las infraestructuras técnicas de comunicaciones.

Por su parte, como indica Martinelli (1991b), cualquier política de servicios debe tener una perspectiva integrada, microeconómica y estratégica. Si, como se ha comprobado, los Servicios a las Empresas existen y se desarrollan allí donde hay una demanda desde el sistema productivo, esto significa que la estructura industrial de la región debe ser cuidadosamente valorada y que cualquier política de servicios debe estar fuertemente integrada con la política industrial, de forma que las políticas macroeconómicas no son suficientes y se necesita una aproximación microeconómica, vinculada a sectores y empresas específicas.

Por otro lado, los inputs de los Servicios a las Empresas son diferentes de los de las manufacturas. Además de capital, tecnología e infraestructura, los Servicios a las 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 estratégicas⁷.

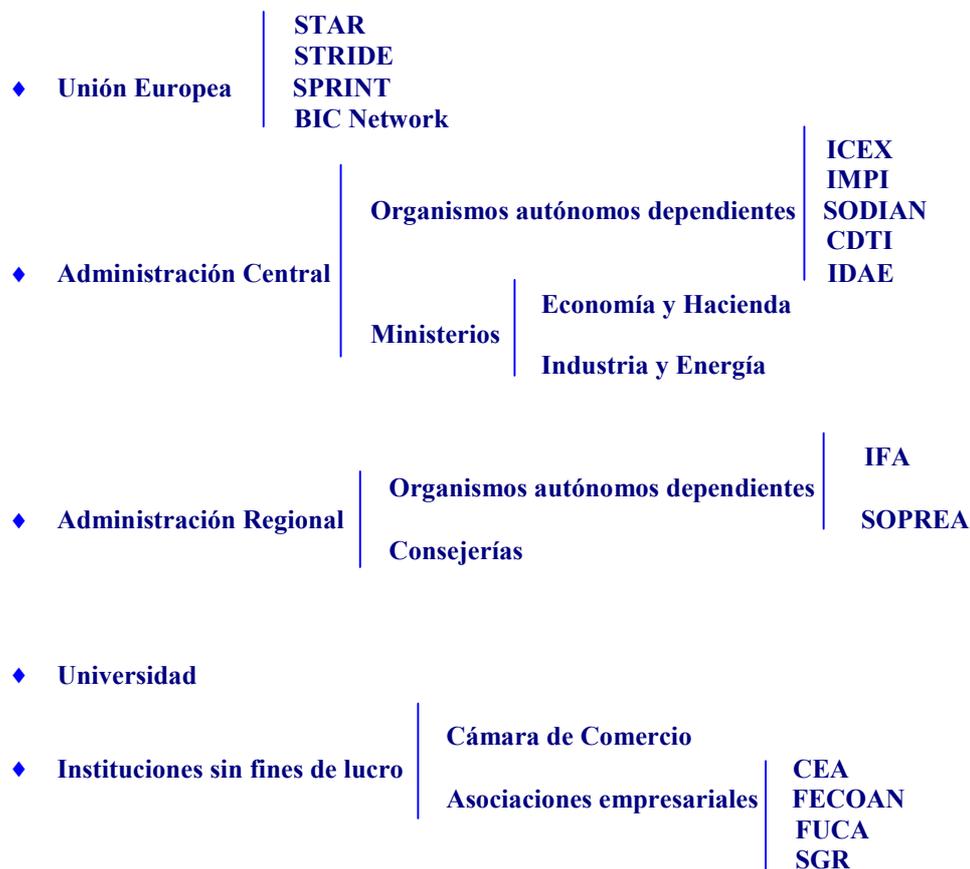
3. La oferta de SAE en Andalucía.

Al analizar la oferta de Servicios Avanzados a las Empresas, debemos distinguir según el agente oferente. Así, podemos distinguir la oferta institucional –Agentes

⁷ “En general, cualquier política regional integradora de servicios tiene que desarrollarse simultáneamente en torno a cuatro puntos de apoyo: la puesta a punto de las infraestructuras técnicas necesarias para los servicios, el desarrollo de un conjunto de medidas contextuales, las acciones de estímulo de la oferta y demanda de servicios, en estrecha asociación con las necesidades del sistema productivo manufacturero, y las acciones encaminadas hacia los recursos humanos” (Zurbano, 1996, pág. 210).

Públicos e Instituciones sin fines de lucro- de la privada. Los principales agentes institucionales implicados en la prestación de estos servicios en Andalucía son los que aparecen en el gráfico 1.

Gráfico 1: Oferta institucional de Servicios a las Empresas en Andalucía (Agentes Públicos e Instituciones sin fines de lucro)



Las características generales que definen a la **oferta pública** son las siguientes:

* Abundancia de agentes y servicios que, aunque con tendencia a una mayor coordinación, todavía actúan frecuentemente de forma descoordinada, de manera que se duplican los esfuerzos y, por otro lado, se infrutilizan los recursos.

* Se utilizan casi exclusivamente las medidas de carácter horizontal, no existiendo en Andalucía un modelo coordinado y claramente definido de “política de Servicios Avanzados a las Empresas”, frente a los casos de Lombardía y Emilia-Romagna en Italia, o del País Vasco⁸ y la Comunidad Valenciana en España.

⁸ En el País Vasco, por ejemplo, se ha sustituido la expresión “Política regional de Servicios Avanzados a las Empresas” por la de “Política industrial de Servicios Avanzados a las Empresas” (Gobierno Vasco, 1991), queriéndose indicar de este modo que el objetivo último de la misma no es desarrollar el sector de

* Predominan los instrumentos que inciden en la oferta, prestándose poca atención a los que inciden en la demanda. Faltan estudios que nos permitan evaluar la demanda insatisfecha –tanto de forma cuantitativa como cualitativa- o identificar los estrangulamientos que se producen en la misma –inaccesibilidad económica o física, etc.- Esta información es de gran importancia en esta región caracterizada por el escaso papel del sector industrial, por la falta estructural de dinamismo empresarial, por el predominio de las PYMEs tradicionales y por la falta de receptividad de los empresarios regionales ante las innovaciones y el uso de las nuevas tecnologías.

* Escasa implicación y coordinación entre el sector público y el privado, posiblemente debido al carácter novedoso e incipiente de estos servicios y, por otro lado, al escaso dinamismo empresarial de la región. Los servicios “reales” a la producción, a diferencia de las infraestructuras económicas y de los servicios que implican una transferencia neta de recursos financieros, son altamente rentables, es decir, presentan un alto valor añadido, y perfectamente “privatizables”, lo cual permite, en principio, una mayor colaboración entre los sectores público y privado a la hora de diseñar y aplicar políticas. Sin embargo, en algunas áreas, la demanda de este tipo de servicios es tan baja que no estimula el desarrollo de la oferta privada de los mismos, siendo necesaria en este caso la intervención del sector público como único promotor de los mismos.

Entre los agentes parapúblicos o instituciones sin fines de lucro hay que señalar, fundamentalmente, la Cámara de Comercio, las Asociaciones Empresariales y los Sindicatos. Por lo que se refiere a los servicios que ofertan estas instituciones se observa una tendencia a su modernización, aunque siguen predominando los más tradicionales, como asesoramiento, estudios de mercado, etc.

Por lo que se refiere a la **oferta privada** –empresas privadas o profesionales libres, principalmente-, como resultado del estudio llevado a cabo a partir de las entrevistas realizadas a las empresas del sector⁹, se pueden destacar algunos hechos significativos en la estructura y en el comportamiento empresarial en el mismo:

Servicios a las Empresas, sino promocionar el tejido industrial. Esta claridad de objetivos falta en Andalucía.

⁹ Aquí se presentan algunos de los resultados obtenidos a partir de un estudio más amplio sobre este sector (Asián, 2002). Para dicho estudio se han realizado entrevistas a empresas del sector, para lo que se ha tomado una muestra representativa, seleccionada mediante el sistema de muestreo por cuotas a partir del catálogo elaborado por el IFA, SERAVAN-97. La metodología empleada está detalladamente explicada en dicho estudio.

- ◆ La estructura empresarial se caracteriza por ser dual. Existe un grupo de empresas, con una presencia continua en el mercado, que suelen tener su sede central fuera de Andalucía, y en el que se encuentran, generalmente, las empresas de mayor dimensión. Por otro lado, el grupo más numeroso está formado por otro conjunto de empresas y de profesionales, con una estructura más inestable, y en el que se producen numerosos movimientos de entrada y salida del mercado.
- ◆ La dimensión de las empresas de Servicios Avanzados que desarrollan su actividad en Andalucía es, en general, pequeña, tanto por lo que se refiere al volumen de facturación, como al número de trabajadores¹⁰.
- ◆ Fuerte dependencia exterior, papel central de Sevilla a escala regional y escasa presencia de las empresas locales en los mercados externos¹¹.
- ◆ El perfil de empresa está formado por un reducido equipo humano, constituido en los últimos diez o quince años, en un gran centro urbano de la región y con un nivel de cualificación muy superior al del resto de empresas.
- ◆ Algunas de estas empresas se han especializado en la oferta de un área concreta de servicios¹², incluso en algunos casos de un único tipo de servicio, mientras que otras abarcan una gama bastante amplia.
- ◆ Existe un porcentaje importante de empresas que dependen de un cliente principal –la mayoría de las veces la Administración Pública-, o de un número reducido de clientes.
- ◆ Estas empresas destinan la mayor parte de su producción al mercado regional, siendo muy reducido el comercio internacional. Los sectores principales a los que pertenece la mayoría de los consumidores de estos servicios son, junto a la Administración Pública, la Industria Agroalimentaria y la Construcción.

¹⁰ Más de la mitad de las empresas facturan menos de 600 miles de euros, y casi un 50% tienen menos de 10 trabajadores. La facturación media es de 4.586 miles de euros y el empleo medio de 18 trabajadores por empresa.

¹¹ En la mayoría de los casos en que la empresa tiene su sede fuera de Andalucía, el o los establecimientos ubicados en Andalucía dependen de la sede para la prestación del servicio, realizándose aquí el mantenimiento del contacto directo con el cliente.

¹² En cuanto a la actividad principal, el 52% de estas empresas declaran dedicarse casi en exclusiva a una sola actividad. Como actividad principal de estas empresas destacan las de asesoría y/o consultoría (23%), ingeniería (20%) y las dedicadas a publicidad y/o diseño gráfico (9%).

- ◆ Sólo un 17% de las empresas entrevistadas son delegaciones territoriales con sede central en otras regiones. El 83% restante tienen su sede central en Andalucía, siendo muy escasas las que tienen delegaciones en otras regiones.
- ◆ Por lo general abundan las empresas con un solo establecimiento (58%), principalmente en las del área de Mercados (86%).
- ◆ El 58% de las empresas del sector están integradas en algún tipo de asociación, de las que sólo un 42% son redes. Tan sólo el 21% pertenece a un grupo de empresas, y sólo el 15% participa en otras empresas.

Tabla 1: Características de las empresas oferentes de Servicios Avanzados. (Porcentajes de empresas según los tipos de servicios ofrecidos)

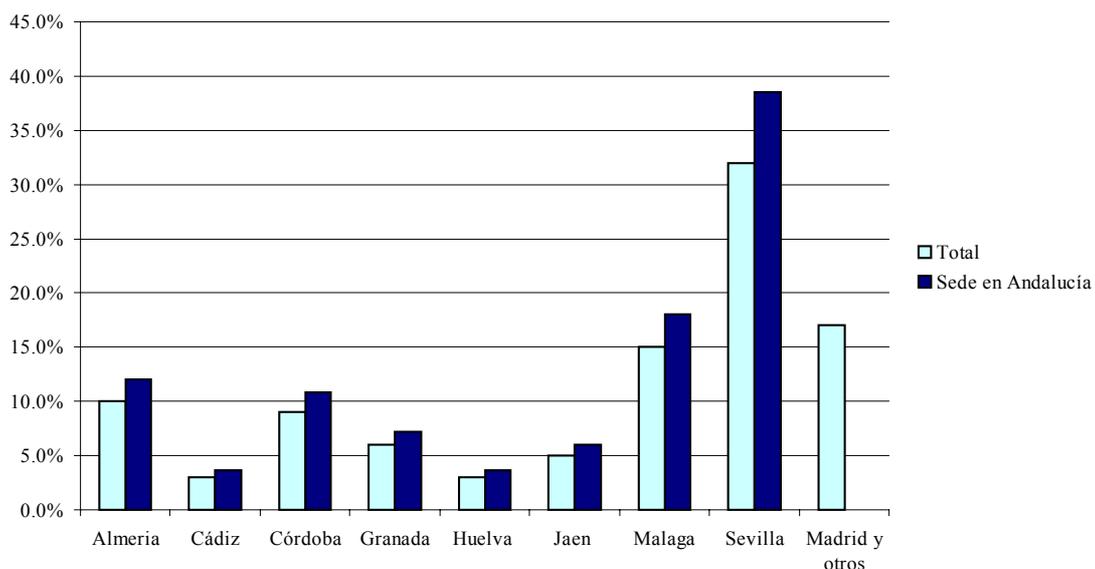
| | Total empresas | Recursos Humanos | Producción | Mercados | Gestión | Sistemas de información | Estudios y Proyectos |
|--|----------------|------------------|------------|----------|---------|-------------------------|----------------------|
| Año de inicio de la actividad de la empresa | | | | | | | |
| Antes de 1980 | 18 | 22 | 16 | 21 | 11 | 11 | 22 |
| 1980-1990 | 36 | 45 | 15 | 29 | 47 | 56 | 36 |
| Después de 1990 | 46 | 33 | 69 | 50 | 42 | 33 | 42 |
| Nº empleados | | | | | | | |
| Menos de 10 | 47 | 45 | 39 | 72 | 42 | 34 | 44 |
| De 10 a 50 | 34 | 33 | 46 | 21 | 42 | 33 | 31 |
| De 51 a 250 | 11 | 22 | 8 | 7 | 11 | 22 | 12 |
| Más de 250 | 8 | 0 | 7 | 0 | 5 | 11 | 13 |
| Volumen de facturación | | | | | | | |
| Menos de 300 miles euros | 40 | 22 | 54 | 29 | 42 | 33 | 39 |
| De 301 a 3.000 | 40 | 56 | 23 | 57 | 47 | 34 | 39 |
| Más de 3.000 | 20 | 22 | 23 | 14 | 11 | 33 | 22 |
| Nº establecimientos | | | | | | | |
| Uno | 58 | 45 | 46 | 86 | 42 | 33 | 64 |
| Dos | 10 | 33 | 23 | 0 | 16 | 11 | 0 |
| Tres o más | 32 | 22 | 31 | 14 | 42 | 56 | 36 |
| Pertenencia a grupo de empresas | | | | | | | |
| No pertenece | 78 | 78 | 54 | 93 | 76 | 56 | 83 |
| - grupo regional | 7 | 11 | 23 | 0 | 9 | 11 | 3 |
| - grupo nacional | 8 | 11 | 8 | 7 | 9 | 0 | 6 |
| - grupo internacional | 6 | 0 | 8 | 0 | 3 | 22 | 6 |
| NS/NC | 1 | 0 | 7 | 0 | 3 | 11 | 2 |
| Participación en otras empresas | | | | | | | |
| No participa | 79 | 78 | 77 | 93 | 73 | 67 | 72 |
| Sí participa | 15 | 11 | 16 | 0 | 21 | 22 | 19 |
| NS/NC | 6 | 11 | 7 | 7 | 6 | 11 | 9 |
| Sede Central | | | | | | | |
| Andalucía | 83 | 78 | 77 | 93 | 84 | 78 | 81 |
| Fuera de Andalucía | 17 | 22 | 23 | 7 | 16 | 22 | 19 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas.

Ya hemos comentado que estas actividades están altamente concentradas en torno a las áreas “centrales”, mientras las regiones “periféricas”, como Andalucía, tienen muy limitadas participaciones sobre los totales nacionales. Andalucía no es una región con alta atracción para las nuevas delegaciones territoriales de las empresas que deciden instalarse en España, que suelen elegir Madrid y Cataluña. Tampoco ejercen un fuerte poder de atracción sobre las empresas que deciden iniciar un proceso de expansión. Así, del total de empresas entrevistadas, sólo un 17% tiene su sede central fuera de Andalucía.

Una vez que una empresa –sea sede central o delegación-, ha decidido localizarse en Andalucía, las decisiones de localización nuevamente evidencian esa misma tendencia a la concentración en ciertas zonas, que coinciden con las capitales de provincia y sus zonas de influencia. Así, puede observarse dentro de la región andaluza, que aparecen áreas vacías, sin ninguna actividad de este tipo, frente a otras en las que se ha alcanzado un cierto nivel de desarrollo. Se confirma, por tanto, la centralización de las empresas de SAE en Andalucía: Sevilla capital concentra el 44% de los establecimientos, seguida a larga distancia por Málaga, con un 15%. Si se hace referencia al total de las empresas entrevistadas, el 32% tienen su sede en Sevilla, porcentaje que se eleva al 38% si se tiene en cuenta tan sólo las empresas con sede central en Andalucía.

Gráfico 2- Distribución espacial de las sedes centrales de las empresas de Servicios Avanzados en Andalucía



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 2 ofrece la posibilidad de observar la gran concentración en Sevilla de estos establecimientos. En dicho gráfico se puede comparar esta concentración de los establecimientos correspondientes a sedes centrales, según se tenga en cuenta el total de los mismos, es decir, incluyendo los establecimientos con sede central fuera de Andalucía –que por tanto sólo poseen delegaciones en esta región-, o se contemplen sólo los establecimientos que cuentan con su sede central en Andalucía. Del análisis de la demanda, que se ha realizado para un sector estratégico en la economía andaluza: la Industria Agroalimentaria, se deduce la todavía escasa propensión a externalizar este tipo de servicios por parte de las empresas andaluzas. De las que demandan externamente estos servicios, las pequeñas empresas agroalimentarias contratan a empresas pequeñas locales o a profesionales del sector, mientras las grandes, suelen acudir a empresas de fuera de Andalucía.

En general, podemos decir que el sector de SAE en Andalucía, a pesar de que parece mostrar un mayor dinamismo en estos últimos años con la constitución de nuevas empresas y el aumento del número de personas que trabaja en el sector, se muestra aún por debajo de los niveles que podría alcanzar, si las empresas andaluzas fuesen más proclives a externalizar estos servicios, y si las empresas exteriores que poseen establecimientos en Andalucía, demandasen a empresas andaluzas.

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”.

Las NTIC, las correspondientes infraestructuras y el crecimiento de los Servicios a las Empresas, se revelan como condición necesaria, aunque no suficiente, para el desarrollo y el reequilibrio regional. Por lo cual, la política regional y la política industrial han comenzado a considerar seriamente el papel y el lugar de los Servicios a Empresas en el desarrollo actual.

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 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.

- Asián, R. (2000), "¿Terciarización de la economía andaluza? La estructura productiva andaluza y los servicios en la globalización" en *Revista de Estudios Regionales* nº 58, páginas 79-111.
- Asián, R. (2002) , *La globalización de los servicios en la economía andaluza. El caso de los Servicios Avanzados a las Empresas*. Tesis doctoral.
- Barcet, A. y Bonamy, J. (1997), “Servicios a empresas y eficacia del sistema productivo. De la transacción a la valorización”, *Economía Industrial* nº 313, p. 59-65.
- Bailly, A. y Maillat, D. (1988), *Le secteur tertiaire en question*. Economica. Paris.
- Bailly, A. y Maillat, D. (1989), “Servicios a las empresas y desarrollo regional”, *Ekonomiaz* nº 13-14, p. 128-137.
- Begg, Y. (1993), “The service sector in regional development” en *Regional Studies* vol. 27, nº 8, p. 817-825.

- Bonamy, J. y May, N. (Dir. 1994), *Services et mutations urbaines*. Economica.Paris.
- Coffey, W.J. y Polèse, M. (1991), "Cultural barriers to the location of producer services. The Montreal-Toronto rivalry and the limits of urban polarization" en *Canadian Journal of Regional Services*, vol. XVI, nº 3, páginas 433-446.
- Cuadrado, J.R. (1988), "Políticas regionales: hacia un nuevo enfoque" en *Papeles de Economía Española*, nº 35, páginas 68-95.
- Daniels, P.W. y Moulaert, F. (1991), *The changing geography of advanced producer services*. Belhaven Press. London and New York.
- Del Río, C.; Cuadrado, J.R.; Rebollo, A. y otros (1991), *Los servicios a las empresas en la región de Murcia*. QUASAR, Madrid.
- Del Río, C. (1996), "Servicios a empresas y política de competitividad industrial en la Unión Europea" en Cuadrado, J.R. y Mancha, T. (Dir.) *España frente a la Unión Económica y Monetaria*. Edit. Civitas. Madrid.
- Gobierno Vasco (1991), *Modelo de Política Industrial de Servicios a Empresas en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Gobierno Vasco, Departamento de Economía y Planificación.
- González Romero, A. (1997), "Servicios a empresas, innovación y competitividad industrial: un análisis para la Unión Europea", *Economía Industrial* nº 313, p.129-139.
- 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), páginas 91-107.
- Illeris, S. (1994), "La localisation des producteurs et utilisateurs de services" en Bonamy, J. y May, N. (Dir. 1994), páginas 95-107.
- Illeris, S. (1997), "Localización de los servicios a empresas en zonas urbanas y regionales" en *Economía Industrial* nº 313, páginas 93-103.
- 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., páginas 15-29.
- Martinelli, F. (1991b), "Producer services' location and regional development" " en Daniels, P.W. y Moulaert, F. (1991), páginas70-90.

- Martinelli, F. (1991c), "Branch plants and services underdevelopment in peripheral regions: the case of Southern Italy", Daniels, P.W. y Moulaert, F. (1991), p. 151-176.
- Martinelli, F. (2000), "La geografía dei servizi in Italia" en Martinelli, F. y Gadrey, J. (2000), *L'economie dei servizi*. Bologne: Il Mulino.
- Momigliano, F. y Siniscalco, D. (1980), "Terziario totale e terziario per il sistema produttivo" en *Economia e Politica Industriale*. Rassegna trimestrale nº 25.
- Monnoyer, MC. y Philippe, J. (1985), *L'interaction entre les prestataires de services et les PMI et le développement régional*. Centre d'Economie Régionale. A-P.
- Monnoyer, MC. y Philippe, J. (1991), "Localisation factors and development strategies of producer services" en Daniels, P.W. y Moulaert, F. (1991), p. 108-117.
- Remy, J. (1966), *La ville, phénomène économique*. Ed. Ouvrières, Bruxelles.
- Rubalcaba, L. (1996), *Los servicios a empresas en Europa: crecimiento y asimetrías*. Tesis doctoral. Madrid.
- Rubalcaba, L.; Ortiz, 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 C. de Madrid*. Inst. de Estadística. Consejería de Hacienda. C. de Madrid.
- Sassen, S. (1991), *The Global City: New York, London and Tokyo*. Princeton University Press.
- Sayer, A. y Walker, R. (1992), *The new social economy. Reworking the division of labor*. Basil Blackwell Ltd.
- Soy, A (1993), *Els serveis a les empreses i el desenvolupament regional i urbà: el cas de la regió metropolitana de Barcelona*. Tesis doctoral.
- Soy, A (1997), "Servicios a empresas y desarrollo regional y urbano: el caso de Cataluña" en *Economía Industrial* nº 313, páginas 105-113.
- Stanback, T.M. Jr., Bearnse, P.J., Noyelle, T. y Karasek, R.A. (1981), *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).