

# Los servicios reales a las empresas. Tendencias actuales y aproximación al caso español

J. R. Cuadrado Roura  
C. del Río Gómez

---

## SÍNTESIS

---

Uno de los rasgos más destacados de la expansión de los servicios en los países más industrializados es el dinámico comportamiento de los servicios a las empresas. En el texto se aportan algunos elementos explicativos de este trecho y se establecen varias precisiones conceptuales importantes. La incidencia de algunos cambios tecnológicos resulta clave. La evolución de los mercados, la internacionalización de las economías y los cambios que está experimentando la organización —y la propia concepción— de la empresa industrial son, asimismo, factores que explican la creciente importancia de los servicios como *input* de la producción y en la relación de las empresas con sus respectivos mercados de aprovisionamiento y venta. El avance hacia una creciente externalización de las funciones de servicios parece claro, al igual que la diversificación y especialización de la oferta de los mismos.

El comportamiento de la empresa española en este terreno ha sido hasta ahora desconocido. Sin embargo, las investigaciones realizadas, con una metodología común, en cuatro comunidades autónomas permiten disponer ya de una rica información empírica que nos aproxima a nuestra realidad actual. De ellas se extraen aquí algunos puntos y conclusiones desde la óptica de la utilización y demanda de servicios por parte de las empresas industriales.

Este texto tiene un carácter muy provisional y sintético y sólo incorpora —a modo de ejemplo— algunas de las tablas en las que se apoyan los comentarios.

---

## 1. LA EVOLUCIÓN DE LAS ECONOMÍAS Y EL AVANCE DE LOS SERVICIOS

---

A lo largo de las últimas décadas las economías más avanzadas han experimentado un proceso de profunda transformación sectorial que ha culminado

en la consolidación de las actividades terciarias, por delante no sólo de la agricultura sino también de la industria, en términos tanto de empleo como de producción.

Pero, el sector terciario reúne un amplio conjunto de actividades muy heterogéneas, que dan pie a que pueda cuestionarse si la evolución del sector, considerado globalmente, se ha correspondido con la de cada una de las ramas de servicios que lo configuran en este proceso de cambio estructural.

Los estudios llevados a cabo con el fin de contrastar esta cuestión durante las recientes fases de crecimiento y crisis económica subrayan que si bien la evolución del terciario ha sido siempre positiva, con tasas de crecimiento generalmente por encima de la media de las economías, existen diferencias notables en lo que a su comportamiento por ramas de actividad se refiere. Estos estudios han tomado como base de referencia los dos grandes componentes en los que se distribuyen el terciario en general:

— Los servicios de consumo final —transportes y comunicaciones, comercio, crédito y seguros, hostelería y restauración enseñanza y sanidad de carácter privado y los servicios públicos en general—, conocidos en la actualidad como servicios «tradicionales»; y

— Los servicios de consumo intermedio —especialmente los destinados a las empresas— calificados muchas veces como servicios «modernos».

Teniendo en cuenta esta doble clasificación se ha podido comprobar que la fase de crecimiento económico estuvo caracterizada por la presencia conjunta de dos fenómenos: industrialización y terciarización y por el protagonismo de los servicios tradicionales, como respuesta al incremento de rentas que la industrialización hizo posible. Por el contrario, la etapa correspondiente a la crisis económica, caracterizada como de desindustrialización e igualmente de terciarización, parece que ha estado marcada por el avance de los modernos servicios a las empresas —en presencia de una atenuación del ritmo de avance de los tradicionales— como respuesta a las exigencias planteadas por la crisis económica, una mayor competencia y la difusión y utilización de las modernas tecnologías.

---

## 2. LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS: CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN

---

### 2.1. Concepto de servicios a las empresas: los servicios reales

Los servicios a las empresas son actividades que contribuyen al desarrollo de los procesos productivos de las empresas a través de las diversas áreas que configuran o definen su organización funcional interna. De este modo, es posible hablar de servicios de contabilidad, asesoría, selección y formación de personal, control de la producción, financieros, comerciales, transporte, etc. que, generalmente, se agrupan bajo una doble clasificación: servicios reales y servicios financieros.

Los estudios disponibles relativos a los servicios a las empresas cada vez

se centran más en los «servicios reales» —considerando como tales todos aquellos servicios a la producción de carácter no financiero y crediticio— por el hecho de que sólo ellos modifican el ciclo de producción, al tiempo que permiten el ajuste estratégico de cada empresa en particular, así como de las empresas que toman parte en dicho ciclo. Estos servicios hacen posible, por ejemplo, una diferenciación del producto, una modificación de los procesos o un cambio en la extensión de los mercados. Definidos de este modo, los servicios «reales» se diferencian de los servicios «personales» por el hecho de que éstos, si bien presentan una naturaleza similar y en la práctica van a veces ligados a los primeros, sólo de manera transitoria inciden en la organización de la producción.

Finalmente, y anticipándonos a la clasificación de los servicios a las empresas que formulamos a continuación conviene subrayar que «servicios reales» no significan necesariamente «terciario avanzado» —integrado por aquellos servicios que requieren una mayor especialización técnica, organizativa, etc.—. Se consideran también «reales» aquellos servicios que son objeto de prestación sencilla y menos cualificada pero que, como hemos apuntado, contribuyen igualmente al desarrollo de los procesos empresariales, al menos en las primeras fases.

## 2.2. Clasificación de los servicios a las empresas

Si la consideración del sector terciario en su conjunto puede dar lugar, como hemos apuntado, a una falsa, o en todo caso deficiente interpretación de su evolución, otro tanto puede suceder cuando se consideran los servicios a las empresas en su conjunto, por el hecho de que bajo esta rúbrica se incluyen actividades muy heterogéneas que en muchos casos tienen en común su consideración de servicios destinados a la producción. De aquí que, antes de entrar en algunos aspectos de su evolución, consideremos necesario acotar mejor el tema partiendo de su clasificación.

Son muchos los intentos que se han llevado —y se llevan— a cabo en el terreno de la clasificación de los servicios a las empresas. Sin embargo, ninguno de ellos ha concluido en el logro de una clasificación de aceptación generalizada. Las razones de este relativo fracaso radican, básicamente, en el extraordinario dinamismo de esta rama de actividad terciaria en una fase de importantes transformaciones económicas y caracterizada por la fuerte presencia de unas tecnologías cada vez más innovadoras a las que está estrechamente ligada no sólo la producción de servicios a las empresas, sino también su forma de prestación.

Esta dificultad no ha impedido, sin embargo, la formulación de diversas clasificaciones —o más bien sistematizaciones—, entre las que cabe destacar dos que han sido construidas con criterios diferentes: la que vincula la producción y prestación del servicio a la presencia de nuevas tecnologías, y la que tiene en cuenta la organización funcional interna de las propias empresas productivas.

En el primer caso, se habla, por un lado, de servicios «comunes o tradicionales» a las empresas, ligados a la fase inicial del proceso de innovación tecnológica en curso y, por otro lado, de servicios «avanzados o superiores», ligados a la fase superior de dicho proceso. Los servicios de asesoría laboral y fiscal, contabilidad, selección y formación de personal, teléfono, telex, tec., se incluyen entre los primeros, mientras una serie de servicios que requieren una mayor especialización —control de calidad, ingeniería, diseño asistido por ordenador, así como los de transportes a través de las modernas redes de comunicación, entre otros— se incluyen entre los segundos.

En la segunda opción —considerando la organización funcional de las empresas— se han llegado a identificar tres grandes bloques de servicios a las empresas, correspondientes a tres importantes funciones que definen la actividad normal de la empresa, como son las de «Administración General, Comercialización y Transporte y Administración de la Producción», de las que da cuenta el cuadro 1.

Aunque ambas clasificaciones no pueden ser consideradas definitivas, dada la fuerte dinámica del sector, son útiles como instrumento analítico para estudiar la evolución y situación actual de este tipo de servicios en el ámbito de las economías avanzadas. En un futuro próximo ambas clasificaciones deberán ser utilizadas con más reservas que en la actualidad. Sobre todo la primera, pues es de suponer que, si la innovación tecnológica sigue el curso previsto, algunos servicios catalogados en la actualidad como «avanzados» dejarán de tener dicha consideración, mientras que se beneficiarán de ella otros servicios inexistentes en la actualidad.

Acotado de este modo el tema en estudio, pasamos a considerar, en primer término, cuáles han sido las razones básicas no sólo de la aparición de los servicios a las empresas, sino también del extraordinario avance que han experimentado en muy pocos años.

---

### 3. LA EVOLUCIÓN DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS: EL CAMBIO COMO FACTOR DETERMINANTE

---

En la evolución de los servicios a las empresas en los últimos años han desempeñado un papel determinante dos factores: las nuevas tecnologías y la necesidad de las propias empresas de ganar en productividad y competitividad en un mercado cada vez más concurrencial e internacionalizado. Estos dos elementos se sitúan en la base de una serie de cambios que, actuando desde dentro de la empresa o fuera de ella, han dado lugar a un avance progresivo, y en las últimas décadas muy intenso de, las actividades de servicios a las empresas, especialmente como respuesta al ajuste impuesto por la crisis económica.

Los cambios aludidos se refieren tanto a los procesos de producción y al desarrollo de nuevas formas de gestión de las empresas, como a los procesos



Cuadro 1

---

**Clasificación de los servicios a las empresas**


---

**A. ADMINISTRACIÓN GENERAL**

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Función administrativa           <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Contenciosos</li> <li>1.2. Fiscalidad</li> <li>1.3. Problemas jurídicos</li> <li>1.4. Patentes y marcas</li> <li>1.5. Seguros</li> <li>1.6. Infraestructura y locales</li> </ul> </li> <li>2. Función contable y financiera           <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Contabilidad general</li> <li>2.2. Contabilidad analítica</li> <li>2.3. Control de gestión. Auditoría</li> <li>2.4. Gestión financiera</li> <li>2.5. Otros</li> </ul> </li> <li>3. Servicios generales           <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Seguridad</li> <li>3.2. Jardinería</li> <li>3.3. Limpieza</li> <li>3.4. Restauración</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>4. Función de personal           <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Pagos</li> <li>4.2. Gestión de personal</li> <li>4.3. Formación</li> <li>4.4. Selección</li> <li>4.5. Servicios médicos</li> <li>4.6. Servicios sociales</li> </ul> </li> <li>5. Informática           <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Información y gestión</li> <li>5.2. Cálculos de costes</li> <li>5.3. Software de explotación</li> <li>5.4. Informática de producción</li> <li>5.5. Mantenimiento</li> <li>5.6. Estudios y proyectos</li> </ul> </li> </ul> |
|---|---|

**B. COMERCIALIZACIÓN Y TRANSPORTE**

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>6. Comercialización           <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1. Ventas</li> <li>6.2. Compras</li> <li>6.3. Representaciones</li> <li>6.4. Comercialización en el extranjero</li> <li>6.5. Marketing</li> <li>6.6. Publicidad</li> <li>6.7. Traducciones</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>7. Transportes. Mantenimiento           <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1. Transporte del personal</li> <li>7.2. Transporte de mercancías</li> <li>7.3. Gestión de stocks</li> <li>7.4. Almacenes</li> </ul> </li> </ul> |
|---|--|

**C. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>8.0. Organización del trabajo</li> <li>8.1. Investigación</li> <li>8.2. Estudios</li> <li>8.3. Ensayos y controles</li> <li>8.4. Prototipos y modelos</li> <li>8.5. Utillajes especiales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>8.6. Métodos</li> <li>8.7. Planning. Lanzamiento</li> <li>8.8. Mantenimiento</li> <li>8.9. Alquiler de medios de producción</li> <li>9.0. Ingeniería de nuevas instalaciones</li> </ul> |
|--|--|
- 

FUENTE: BARCET Y BONAMY, 1985.

de la comercialización y distribución de los productos; lo que ha dado también lugar a un fuerte proceso de externalización que constituye la principal razón de la sucesiva aparición de nuevos servicios a las empresas y, en último término, de nuevas empresas de servicios especializadas en su producción y prestación. El desarrollo de este proceso se sitúa en la base del tránsito de la economía «industrial», orientada por la corriente dominante del Fordismo empresarial, a la «post-industrial», caracterizada por la presencia de una forma de

articulación entre el mercado y la producción basada en la flexibilidad, tanto en el terreno de los procesos y productos como en el mercado, como respuesta a los cambios anteriormente aludidos. Todo parece indicar que esta exigencia de flexibilidad deberá pasar por el avance de los servicios a las empresas, mediante el desarrollo de los procesos de externalización que las nuevas tecnologías de la información, principalmente, están haciendo posible.

---

#### 4. LA PRESENCIA DE UN NUEVO MODELO ECONÓMICO: IMPLICACIONES EN EL PLANO EMPRESARIAL

---

Como hemos indicado, la economía post-industrial se corresponde con la presencia de un modelo flexible de relaciones en los ámbitos de la producción, la comercialización y la gestión. A diferencia del modelo anterior, en el actual, el sistema productivo trata de hallar y mantener su nivel de rentabilidad a través de una nueva racionalización de un conjunto de actividades relativamente periféricas a la producción y no directamente ligadas a la actividad principal de la empresa.

Esta nueva orientación empresarial obedece a un cambio de estrategia de las empresas frente a la nueva realidad de las economías en el terreno de la tecnología, de la competitividad y de la nueva división internacional del trabajo, producida por la ampliación progresiva de los mercados.

Mientras en el modelo de la economía «industrial» las empresas basaban su competitividad en la reducción de los costes y en una organización de la producción verticalmente integrada, en la economía «post-industrial» las empresas se muestran más interesadas en el control de la calidad de sus productos y en una forma de producción verticalmente desintegrada, basada en la subcontratación. Lo que con esto se busca es el máximo aprovechamiento de las posibilidades abiertas por la innovación tecnológica y la internacionalización de los mercados, de cara a la modernización de los procesos productivos internos y a la utilización de servicios externos en el triple plano de la producción, de la comercialización y la distribución de los productos elaborados.

---

#### 5. EL PAPEL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA EVOLUCIÓN DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS: EXTERNALIZACIÓN VERSUS INTERNA- LIZACIÓN

---

Es un hecho comprobado que las nuevas tecnologías —en particular las relacionadas con la información y la comunicación— han dado lugar a una profunda alteración de las relaciones económicas, tanto dentro como fuera de las empresas, al tiempo que están propiciando un fuerte avance de las actividades terciarias en general, especialmente las relacionadas con la producción.

Como hemos apuntado anteriormente, la crisis económica ha dado lugar a que las empresas se vieran ante la necesidad de adoptar un nuevo modelo de

crecimiento económico que, articulado en torno a la economía de la oferta, ha hecho de la innovación tecnológica un reto y del desarrollo de los servicios a las empresas una necesidad para aquellas industrias cuya supervivencia venía condicionada, en muchos casos, por la generación de ventajas competitivas crecientes.

El auge de estos servicios, al tiempo que representa un componente dinamizador del sector terciario en su conjunto, revela la existencia de un cambio profundo en la naturaleza misma de las actividades productivas, en el sentido de que los servicios se desarrollan por el hecho de que la empresa de producción tiene que extender su intervención más allá de la fabricación y de la entrega del producto, llegando incluso a un contacto directo con el destinatario final del mismo a fin de facilitarle, en primer lugar, su venta y, posteriormente, la utilización más adecuada y eficaz del producto.

El desarrollo de los servicios, y en particular de los destinados a las empresas, como *inputs* intermedios, no es, por consiguiente, un fin en sí mismo, ni un fenómeno autónomo, sino que tiene lugar a través de una interacción constante con el desarrollo de la industria. En este sentido, cada vez resulta más evidente que las nuevas tecnologías —y en particular las de la información— han desempeñado un papel central en esta transformación. Las nuevas tecnologías producen un importante efecto multiplicador por el hecho de que, además de hacer posible la aparición y el desarrollo rápido de nuevos servicios, proporcionan el equipo base para su prestación, sin olvidar, por otro lado, que el uso de dicha tecnología exige el acceso a toda una serie de servicios específicos, en su gran mayoría de nueva creación.

En suma, el proceso de desarrollo de los servicios a las empresas es el resultado conjunto de diversos factores que actúan tanto por el lado de la demanda —de usuarios potenciales— como por el de la oferta, teniendo bien presente que ésta puede ser satisfecha, bien de forma interna —por las propias empresas demandantes de los mismos— o externa, a través de terceras empresas especializadas en su producción y prestación.

En cualquier caso, lo que es evidente es que el avance de los servicios a las empresas va unido a la complejidad creciente de los procesos productivos, al crecimiento dimensional de cada empresa en particular y, a fin de cuentas, al desarrollo de la economía, en su conjunto.

### **5.1. La transformación de los procesos productivos de las empresas**

La incorporación de nuevas tecnologías está haciendo posible una transformación de los procesos productivos de las empresas en su afán de ganar en productividad y competitividad. Dicha transformación consiste en la adopción de una forma de producción verticalizada en el sentido de una especialización productiva y difusa que da paso a la externalización de una serie de funciones de servicios, complementarias del proceso de producción interna.

Las implicaciones de esta transformación o reorganización de las empresas se manifiestan en una serie de frentes, y de manera especial en la concepción tanto del producto como del servicio, así como en la nueva relación que se genera entre uno y otro.

En relación con el producto, a través del proceso descrito se obtiene una mayor calidad junto con un menor coste del mismo, en línea con las nuevas exigencias del mercado.

Por el lado de los servicios, parece comprobado que dicho proceso incrementa las funciones de servicios, desarrolla nuevos servicios —sustitución de autoservicio por la prestación externa— al tiempo que da lugar a una menor estandarización de los mismos.

Finalmente, en lo que se refiere a la relación bien-servicio, es evidente que esta transformación de los procesos productivos genera una complementariedad creciente entre ambos, hasta el punto que a veces se difuminan las fronteras que se interponen entre uno y otro, sobre todo cuando se trata de productos que llevan incorporado un elevado nivel de servicios técnicos muy especializados.

El resultado final del proceso es la aparición de una gama muy variada de servicios a las empresas que pasan a ser objeto de producción y prestación básicamente externa en la práctica totalidad de las áreas que configuran la actividad de las empresas: administración y gestión, personal, producción, comercialización y distribución. La figura 1, relativa a la industria manufacturera americana, puede ilustrar este proceso de reorganización productiva.

## **5.2. Transformación de los mercados**

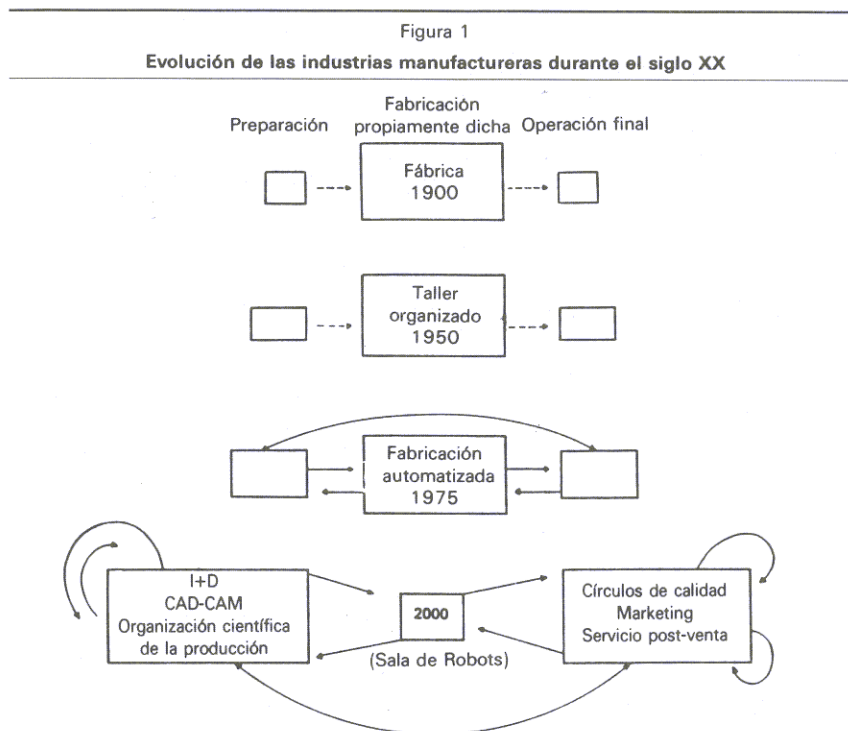
Las nuevas tecnologías de la información, a través del moderno sistema de redes, han propiciado una creciente diversificación e internacionalización de los mercados, así como un mayor acceso de las empresas a la información sobre los mismos. Ello ha implicado, a su vez, la aparición de nuevos servicios, especialmente en el terreno de la comercialización y el transporte, en este caso, sobre todo, cuando se trata de invisibles. Servicios como los relativos a la investigación de mercado, la promoción de productos y la investigación científica y técnica, entre otros, han experimentado un gran avance a través de la transformación de los mercados que la incorporación de nuevas tecnologías ha hecho posible.

Pero esta transformación de los mercados ha producido igualmente un cambio importante en el terreno de la normativa comercial, que está siendo, a su vez, el origen de nuevas actividades de servicios, como las de tipo jurídico y las de asesoramiento, entre otras.

## **5.3. Los cambios en la localización de los servicios**

Los estudios llevados a cabo en este terreno llegan a la conclusión de que,





FUENTE: DANZIN, A.: «Technologies de l'information et évolution sociale», *Futuribles*, Mars, 1986.

en general, los servicios a las empresas tienden a concentrarse o localizarse en aquellos núcleos o zonas que presentan una serie de características: proximidad a las empresas, buen acceso a las fuentes de empleo —básicamente especializado— y un entorno favorable, entre otras.

El centro de las ciudades o determinadas zonas con una gran dinámica empresarial de tipo terciario ejercen un fuerte poder de arrastre de los servicios a las empresas, a fin de aprovechar al máximo las economías externas generadas.

Sin embargo, las nuevas tecnologías han introducido un nuevo ingrediente consistente en la «transportabilidad de los servicios», que está haciendo posible una nueva localización de las empresas de servicios y una prestación a distancia de los mismos. Este proceso es lento, pero real, como se desprende del hecho de que cada vez son más las empresas multinacionales dedicadas a la prestación de servicios a las empresas, y que vienen a cuestionar el criterio de «a pie de fábrica».

Los servicios a las empresas pueden «viajar» y ello está dando lugar a la aparición de nuevos centros de servicios alejados de las áreas industriales, y a un nuevo dimensionamiento de las empresas, que consiste en la aparición de grandes empresas especializadas en la producción de «paquetes integrados de servicios» y una mayor especialización de las pequeñas empresas en la prestación de un determinado servicio, incluso en mejores condiciones de calidad y coste que las anteriores.

#### 5.4. Las nuevas formas de la prestación de los servicios

Además de haber posibilitado la transformación de los procesos productivos, las nuevas tecnologías han dado paso a la presencia y difusión de nuevas formas de gestión empresarial, que, realizadas bien dentro o fuera de la propia empresa, han dado lugar a nuevas funciones de servicio e igualmente a formas nuevas de prestación.

Esta transformación en la gestión de las empresas y en los propios procesos productivos, que ha hecho posible la incorporación de nuevas tecnologías, ha producido una notable transformación en las formas de prestación de los servicios: por un lado, se ha flexibilizado dicha prestación, en coherencia con las nuevas exigencias de las economías.

Por otro lado, se ha hecho posible una prestación a pequeña escala y a gran escala, en forma de paquetes integrados, de forma cada vez más automatizada, sin que ello excluya la prestación de servicios muy personalizados.

Finalmente, se ha hecho necesaria una mayor cualificación profesional, sobre todo en el terreno de los servicios «avanzados», e igualmente ha cobrado importancia la inversión inmaterial.

Todos estos cambios o transformaciones inducidos por las tecnologías de la información en el terreno de los servicios a las empresas, así como sus efectos aparecen ilustrados en el esquema 1 que ofrecemos a continuación.

---

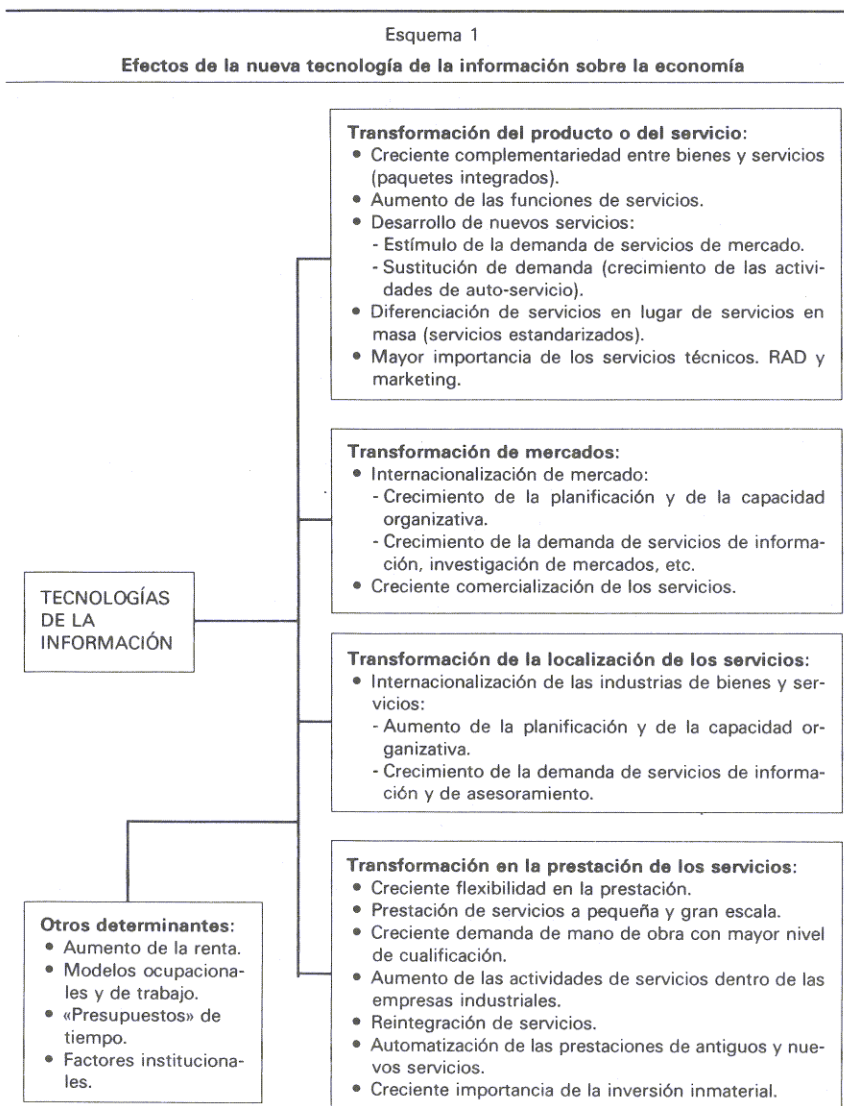
## 6. LA DEMANDA DE SERVICIOS POR LAS EMPRESAS: CRITERIOS BÁSICOS

---

De acuerdo con el criterio establecido anteriormente, vamos a tomar en consideración únicamente los servicios «reales» y las empresas industriales, dejando bien claro que también las propias empresas de servicios actúan como demandantes de los servicios.

Según se desprende de lo expuesto anteriormente, las empresas, en general, han sustituido la prestación interna de servicios por una externalización creciente de los mismos. La producción interna de servicios ha dado paso a su demanda a empresas especializadas en su producción y prestación que, a su vez, han generado un efecto multiplicador de las actividades de servicios.

Pero, al referirnos a la demanda de servicios externa por las empresas se



corre el riesgo de incurrir en una visión generalista que oculte una serie de detalles que conviene conocer, pues no todas las empresas siguen las mismas pautas de demanda de servicios, al ser diferentes su dimensión, su especialidad productiva, su localización o su capacidad de información, entre otros factores, todos ellos determinantes, en mayor o menor grado, de dicha demanda.

### 6.1. Dimensión empresarial y demanda de servicios

Es obvio que la dimensión de las empresas condiciona tanto el volumen como las características de la demanda de servicios por las empresas. Y es posible que más aún que su dimensión tenga que ver su propia organización que, generalmente, estará relacionada, de forma directa, con dicha dimensión.

A su vez, la organización de las empresas se relaciona con las formas de gestión —interna o externa— de modo que, a medida que la primera se hace más compleja como consecuencia del dimensionamiento de las empresas, la segunda tiene que actuar en frentes más numerosos y diversos, en los que tiene una mayor cabida la demanda externa de servicios.

Atendiendo a su dimensión, las empresas pueden adoptar unas formas de gestión que van desde la más simple —fabricación-administración— a otra mucho más compleja que actúa en una pluralidad de frentes —fabricación, administración, gestión de la producción ventas e *I+D*—, pasando por otras formas intermedias.

Atendiendo a estos modos de gestión, algunos estudios han puesto de manifiesto que la demanda de servicios externos es mucho más débil en las empresas pequeñas, donde tiene lugar una forma de gestión simple, que en las de gran dimensión, donde dicha gestión se hace mucho más compleja. Además, en el primer caso, los servicios que se demandan son, generalmente, los orientados a la solución de problemas de tipo reglamentario —fiscalidad, contabilidad, asesoría, etc.—, mientras que en empresas con formas de gestión más complejas se demandan más servicios especializados —cualificación profesional, control de calidad, publicidad, diseño, etc.—, al tiempo que tienen acceso, e incluso incrementan su presencia, una serie de servicios «banales» como los de restauración, seguridad, transporte, etc.

### 6.2. Criterios determinantes de la demanda de servicios por las empresas

Frecuentemente, la demanda de servicios por las empresas suele estar en función de una serie de criterios entre los que figuran la calidad y el coste de servicios, como los más tenidos en cuenta.

Ambos criterios, por otro lado, suelen ser objeto de distinta ponderación por las empresas en función de su dimensión y de su potencial económico.

Parece estar comprobado que el criterio del coste es el dominante en el



caso de las pequeñas empresas —y en algunas de las medianas—, mientras que el de la calidad prima en el de las grandes empresas.

Ahora bien, mientras en el caso de las pequeñas empresas un coste muy elevado de los servicios externos puede ser un determinante de su producción interna por parte de ellas mismas, aunque sea a riesgo de una inferior calidad, en la empresa de gran talla, así como en las de menor talla pero muy especializadas, el deseo de alcanzar la máxima calidad de sus productos les puede llevar, igualmente, a producir determinados servicios especializados de forma interna, aunque ello indique un mayor coste.

### **6.3. La localización como factor determinante de la demanda de servicios por las empresas**

Se trata de un aspecto importante por el hecho de que está comprobado que la distancia entre el prestatario y el usuario de los servicios suele presentar un freno a la demanda. De aquí que, en una primera fase, las empresas oferentes de servicios hayan seguido para su localización el criterio de «a pie de fábrica», con el fin de, por un lado, dar a conocer los servicios que prestan y, por otro, facilitar el recurso de los mismos por parte de la empresa demandante.

Sin embargo, este criterio está siendo, en cierto modo, superado mediante la progresiva incorporación de las tecnologías informáticas que permiten, tanto la información como la prestación del servicio a distancia.

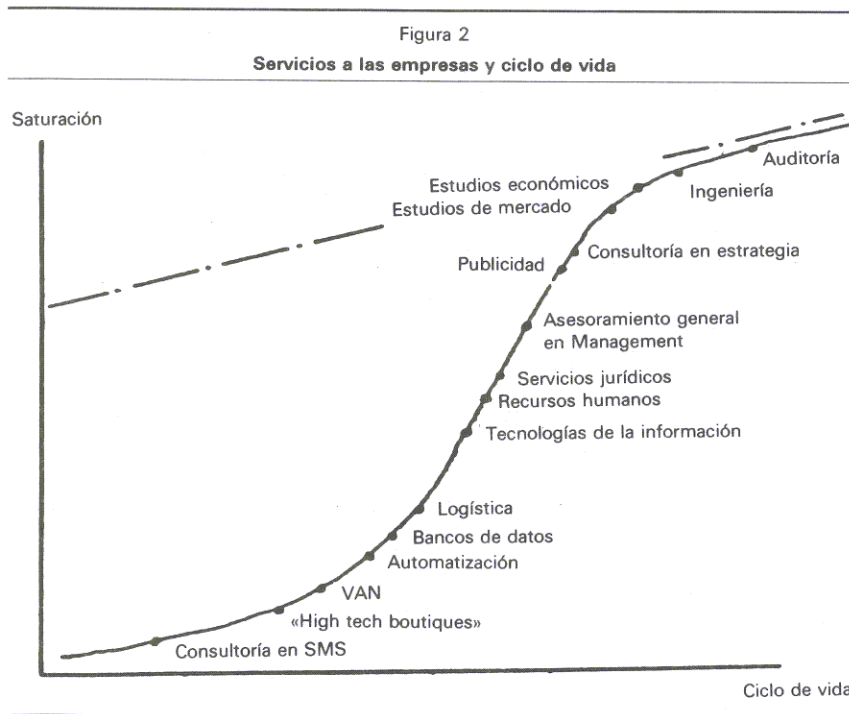
Ante este hecho, las empresas de servicios, más que «a pie de fábrica» tienden a localizarse «a pie de Administración y centros financieros», ya que en su labor de prestación de servicios se relacionan más con este tipo de instituciones que con las propias empresas usuarias. Además, en esta nueva tendencia a la localización, las empresas de servicios tienen cada vez más en cuenta el «entorno» —agradable y con buenas comunicaciones— y las economías de escala que se derivan de él y que repercuten, sin duda, en el comportamiento de la demanda de servicios por las empresas industriales. Sin embargo, esta nueva orientación de la oferta en modo alguno invalida el criterio de «a pie de fábrica» que tiene muy presente la oferta institucional —sobre todo la de origen público— de servicios, tal como se desprende de la actuación de una serie de instrumentos de prestación de servicios como los parques tecnológicos, los CEI, los institutos técnicos y otras experiencias asimilables.

---

## **7. NACIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LOS SERVICIOS A LAS EMPRESAS**

---

En las páginas anteriores, al realizar la clasificación de los servicios a las empresas, apuntábamos las dificultades que ello conllevaba, dada la extraordinaria dinámica de esta rama de actividad terciaria. Por otro lado, en relación con la demanda, hemos puesto de manifiesto cómo no todos los servicios pre-



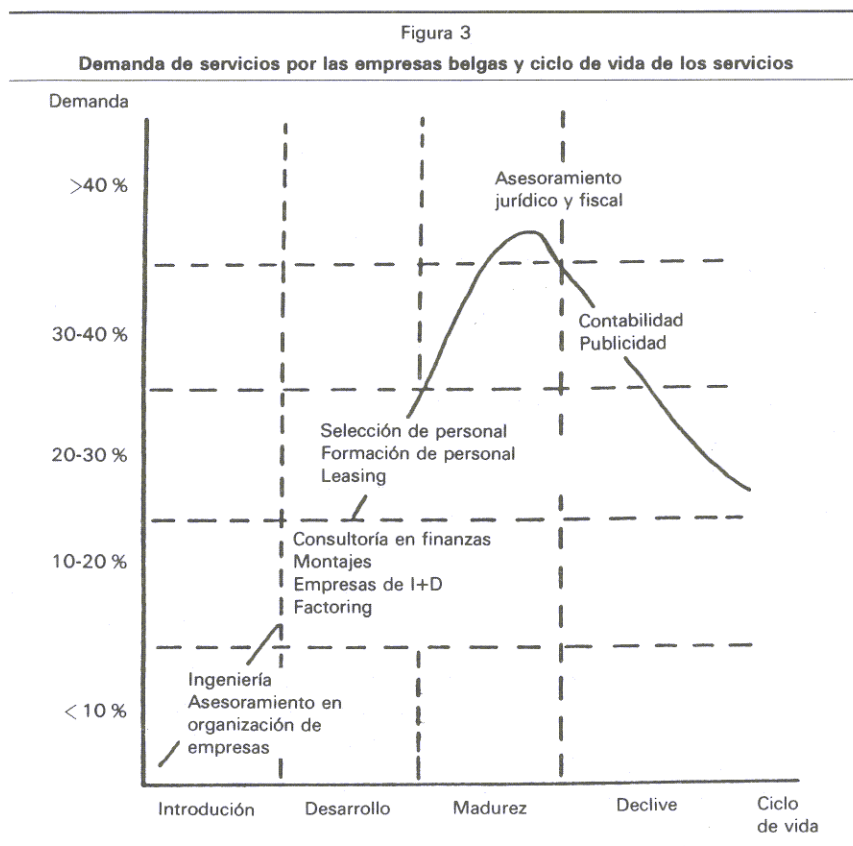
FUENTE: SEMA-METRA Conseil, 1986.

Notas: SMS Services to the manufacturing sector VAN Value Added Network.

sentan el mismo nivel de demanda, en función de la dimensión y los modos de gestión de las empresas: los servicios tradicionales —asesoría, contabilidad, etcétera—, se demandan más que los «avanzados» —control de calidad, ingeniería, diseño, etc.—, por las pequeñas y medianas empresas que, por otro lado, dominan el sistema productivo.

Ello nos lleva a realizar una breve consideración del proceso de creación, evolución y consolidación de los servicios. Dicho proceso aparece ilustrado en la figura 2, donde puede observarse cómo en el punto superior de la curva se sitúan los servicios hoy considerados «avanzados», mientras que por debajo emergen una serie de servicios nuevos, cada vez más especializados, de acuerdo con los nuevos requerimientos de la economía.

La figura 3, relativa al caso concreto de las empresas belgas, ofrece una buena ilustración de la evolución de los servicios a las empresas y de las características de su ciclo de vida, en función del comportamiento de la demanda. Este ejemplo concreto se corresponde, en gran manera, con la tónica general



FUENTE: HOUARD y BELLEFLAMME, 1987.

de las economías más avanzadas y terciarizadas en lo que a los servicios a las empresas se refiere.

## 8. EL CASO ESPAÑOL: ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA INFORMACIÓN DE BASE UTILIZADA. POSIBLES HIPÓTESIS DE PARTIDA

La información procedente de fuentes oficiales prácticamente no permite aproximarse siquiera al análisis de los servicios a las empresas. Desde el lado de la oferta no existen estadísticas oficiales y no es posible obtener datos tan elementales como la distribución y evolución del empleo o el número y las principales características de las empresas que operan. Escapan únicamente a

esta situación los servicios de transportes (aunque tampoco están exentos de problemas) y algunas actividades en las que existen asociaciones profesionales y registros más o menos fiables.

Desde el lado de la utilización y la demanda de tales servicios por parte de las empresas —sean industriales, agrarias o del propio sector servicios—, la situación no es mejor, ya que las únicas referencias disponibles (TÍO y *Estadísticas de Prod. Industrial*, más alguna otra fuente muy limitada), sólo proporcionan datos bastante agregados que no permiten profundizar. Sin embargo, a escala regional existe, en algunos casos, una información bastante más detallada y muy útil (por ejemplo, en el País Vasco) sobre la oferta y los consumos de servicios a la producción, aunque sin posibilidades de comparación con otras zonas, bien sea por la inexistencia de datos o estudios similares o por razones metodológicas.

La única forma de obviar estos obstáculos es desarrollar investigaciones directas, es decir, recurriendo a las propias empresas (suministradoras de servicios y usuarios), al tiempo que se acumulan otras informaciones de carácter disperso que permiten construir, desde abajo, los directorios y recoger los datos e informaciones más esenciales. Ésta fue la vía que iniciamos en 1985-86, al integrarnos en un programa de investigación de la CEE (FAST), y éste ha sido posteriormente el camino seguido en un plan de investigación que ha cubierto ya varias regiones —País Vasco, Andalucía y Galicia, además de la Comunidad Valenciana, abordada previamente—, lo que permite disponer ya en estos momentos de información suficiente para poder avanzar hacia un diagnóstico de carácter más general. Idéntica vía de investigación directa, aunque con algunas diferencias metodológicas, han seguido también otros equipos al abordar la oferta de servicios a las empresas en el área de Barcelona (CEP) y en Madrid (C. de P. Territorial de la CAM).

Los cuatro estudios realizados hasta ahora en nuestro caso tienen una metodología común, cuyos rasgos esenciales son:

— Se abordan los servicios «reales» a las empresas tanto desde la óptica de la demanda como desde el lado de la oferta.

— Junto con otras informaciones de carácter más general, una gran parte de los datos procede de las encuestaciones y de entrevistas y reuniones de grupo, más tarde tabuladas e interpretadas.

— En el caso de las empresas industriales la atención se centra —esencialmente— en las de carácter pequeño (umbral mínimo > 10 empleados) y medio (hasta 500 empleados), lo que no ha impedido estudiar también el comportamiento de algunas grandes empresas (caso de la Comunidad Valenciana). Normalmente, el criterio empleo se complementa con el de cifra de ventas.

— La muestra de empresas industriales sometidas al cuestionario-entrevista se define en función de la estructura sectorial y de su distribución territorial dentro de cada región.



— La muestra de empresas de servicios es más selectiva, en función de su actividad principal y sin perseguir una difícil representatividad estadística.

— Las investigaciones se orientan, en primer lugar, a conocer la realidad y los comportamientos actuales, pero también a obtener criterios para la acción, partiendo de otras experiencias europeas.

— Los resultados obtenidos se contrastan posteriormente con expertos.

Dado que lo que exponemos en el próximo apartado sólo se centrará en la demanda de servicios por parte de las empresas industriales de las cuatro comunidades autónomas citadas, añadamos a lo anterior que el número de encuestas válidas en que nos basaremos alcanza prácticamente las 1.200, con la distribución espacial y por actividades resultante de lo ya expuesto.

A partir de las respuestas obtenidas, los criterios seguidos para el análisis de la demanda de servicios han sido, esencialmente: 1) tamaño de las empresas; 2) localización y «proximidad» de/a las empresas de servicios; 3) antigüedad de las empresas usuarias; 4) actividad exportadora; 5) sectores de actividad; 6) previsiones de futuro. Para cada uno de tales criterios se establece una posible *hipótesis de comportamiento* de la demanda de servicios, según se especifica en el cuadro 2, de forma que la valoración final de estos criterios-hipótesis en función de los datos aporte más luz sobre los factores determinantes y explicativos de la demanda de servicios a las empresas en cada zona examinada.

Cuadro 2

---

**Hipótesis de comportamiento subyacente en los criterios de análisis**

---

**Tamaño de las empresas:**

Las empresas de tamaño mediano son las que presenten una relativamente mayor propensión a la contratación externa de servicios. De una parte, pueden obtener beneficios derivados de la especialización en su actividad principal; de otra parte no tienen tamaño suficiente para interiorizar la realización de servicios.

**«Proximidad» de las empresas de servicio:**

La proximidad física de empresas oferentes de servicios, favorece la demanda por contratación externa de servicios, tanto por la facilidad de su contratación cuanto por el conocimiento de la oferta de servicios que permite la proximidad física.

**Antigüedad de las empresas:**

Las empresas nuevas son mayores demandantes de servicios, tanto tradicionales como de los más ligados a los procesos de innovación, debido a que, salvo excepciones, las empresas tardan algún tiempo en «ajustarse» a sus huecos de mercado, así como por su tamaño, ya que habitualmente se crean con dimensión pequeña o media.

**Actividad exportadora de las empresas:**

La necesidad de mantener el volumen de negocio en los mercados extranjeros obliga a las empresas a una mayor exigencia de innovación, tanto de procesos como de productos, lo que comporta una mayor utilización —interna o externa— de servicios.

**Diferente comportamiento según sectores de actividad:**

La realización que la ubicación en una y otra actividad industrial obliga a las empresas a utilizar en mayor o menor grado los servicios, en función de cuál sea el grado de competencia existente en el sector.

---

---

## 9. EL CASO ESPAÑOL. ALGUNOS RASGOS Y CONCLUSIONES SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES

---

No resulta fácil sintetizar la información disponible gracias a las investigaciones ya concluidas o que actualmente están en su fase final. En consecuencia, es preciso formular tres observaciones previas. La primera es que sólo vamos a referirnos aquí al uso y la demanda de servicios que realizan las empresas industriales y no a los aspectos relacionados en la oferta de servicios, ya proceda ésta del sector privado o del público. La segunda es que, si bien los casos estudiados ofrecen una variedad y cobertura que permiten extraer algunas generalizaciones relevantes, éstas deben tomarse —todavía— con las necesarias precauciones. Por último, es evidente que los datos tabulados indican que existen diferencias debidas, a la rama de actividad, el tamaño y/o la región en que las empresas están localizadas, diferencias en las que aquí apenas será posible entrar por razones absolutamente obvias.

Centrado ya el tema, agruparemos las cuestiones y resultados que consideramos más relevantes en apartados, referidos, respectivamente, a: la utilización que las empresas realizan de los servicios seleccionados (véase metodología) y su forma de prestación; criterios de elección para producción interna o demanda al exterior de los servicios; particularidades de la demanda de servicios según el tamaño de las empresas; incidencia de la oferta de servicios en la localización de las empresas; posibles tendencias de la demanda de servicios por parte de las empresas en el futuro.

### 9.1. Utilización de los servicios y forma de prestación

El aspecto que más destaca en los datos obtenidos es el (aparente) elevado uso que las empresas dicen realizar de los servicios estudiados. Hay en ello una casi general coincidencia en las respuestas procedentes de los resultados de las cuatro regiones sometidas a encuestación. En el País Vasco, 15 de los 34 tipos de servicios propuestos a las empresas resultan ser «utilizados» por más del 85 por 100 de ellos; 16 servicios son utilizados por entre el 60 y el 84 por 100 de las empresas; y sólo tres servicios (reparaciones, hostelería y colocación de títulos) se utilizan en menos del 60 por 100 de los casos. En Galicia se obtienen proporciones muy similares (aunque con ligeras diferencias en cuanto a los servicios concretos) y algo no muy distinto sucede en el caso de Andalucía. En la Comunidad Valenciana, los resultados son, sin embargo, algo más matizados, sobre todo al establecer la importante diferenciación entre «prestación de los servicios dentro de la propia empresa» y «recursos a empresas externas de servicios externos».

Porque, en efecto, cuando se profundiza en las condiciones de realización de los servicios, la conclusión que se obtiene con carácter general es que un alto porcentaje de las empresas que dicen «usar» cada uno de los servicios,

son al mismo tiempo sus propias suministradoras, es decir, que se los proporcionan a sí mismas dentro de la empresa. Y lo cierto es que, al profundizar en el tema, la dimensión de muchas de ellas, su estructura de personal y la cualificación de éste, conducen a la conclusión de que, tal como dichos servicios se realizan, seguramente tienen baja capacidad de innovación y de mejora de la gestión empresarial. Es interesante descender a algunas cuestiones concretas.

Como se ha indicado, los servicios más utilizados se realizan, en su mayoría y, preferentemente, en la propia empresa (tablas 1 y 2 en el anexo). Se exceptúan claramente los destinados a gestionar o resolver los trámites más complejos o considerados «difíciles» en las Administraciones Públicas (asesoría jurídica y fiscal, asesoramiento contable) que son mayoritariamente objeto de contratación externa. Puede concluirse, incluso, que este tipo de trámite no sólo ocupa una gran atención de los empresarios, sino que significa para ellos un coste apreciable. La otra excepción suelen ser los transportes, que generalmente se contratan a empresas especializadas.

Del análisis de los datos surgen otros puntos de interés. Los servicios que más directamente se relacionan con el desarrollo tecnológico, la innovación empresarial y la mejora de la gestión empresarial tienen un grado de «utilización» bastante elevado (del 60 al 84 por 100 en el País Vasco, Galicia y Andalucía), pero un elevado número de casos se realizan internamente por la empresa, con una muy probable falta de efectividad. Téngase en cuenta que, en dichas condiciones, aparecen servicios como: «Control de productividad y racionalización» (71 por 100 en Andalucía), «Control de calidad de suministro», «Control de productos» (realizados internamente en porcentajes próximos al 80 por 100 en todos los casos), «Selección» y «Formación» de personal (con tanto por ciento incluso más altos de realización por la propia empresa), «Estudios de Mercado», «Diseño», etc. Todo ello podría suscitar numerosos comentarios, pero bastante señalar —quizá— que esta práctica «endogámica» en la cobertura de los servicios (o, desde otro punto de vista, este «desconocimiento» de lo que tales denominaciones de servicios significan realmente) represente que la posible introducción de innovaciones o de unos planteamientos más rigurosos están confiadas esencialmente a la capacidad de comprensión y de evolución de los propios empresarios que, de otra parte, muestran un comportamiento bastante continuista. Aparentemente —y ello ha podido constatarse en el País Vasco— si no hay fuerzas muy intensas que actúen desde fuera, las empresas mantendrán su actividad y planteamientos actuales, adaptándose únicamente a las variaciones del mercado que se manifiesten en sus entornos más inmediatos, con gran intensidad y con la premura del corto plazo.

En el caso de la Comunidad Valenciana se advirtieron, sin embargo, algunas diferencias de interés, junto con bastantes coincidencias con lo ya expuesto, principalmente en los servicios que agrupamos como de carácter «obligado, tradicionales y/o de bajo valor añadido». Las diferencias surgen —y

con carácter positivo— en servicios como la publicidad (objeto de elevado uso —superior siempre al 70 por 100— en los sectores del mueble, el metal, la cerámica, el calzado y otros), el diseño, el control de calidad y los servicios ligados a la exportación. Aunque bastantes empresas dicen resolver estos temas por su cuenta, lo cierto es que son asimismo abundantes las que recurren al apoyo o suministro externo y una considerable mayoría indica, en todo caso, que desearía poder tener ese apoyo externo o encontrar empresas de servicios que pudieran cooperar con ellas eficientemente. Dichas posturas son mucho más firmes en las empresas de mediana dimensión (100 trabajadores).

Por contra, en el caso de Galicia, el carácter predominantemente pequeño o mediano de sus empresas, el tipo de mercados en que operan y la estructura y cualificación del personal hacen pensar —con las opiniones contrastadas en las reuniones mantenidas con expertos en distintas áreas de servicios y organizaciones empresariales— que dichas empresas responden a una estructura familiar tradicional, que están muy marcadas por la personalidad del director (y/o en su caso de los propietarios) y por la escasa especialización en los directivos de las mismas, aunque se empiezan a advertir actitudes abiertas al cambio, en bastantes casos impulsadas por sus mismas dificultades.

## 9.2. Criterios de las empresas sobre la forma de obtención de los servicios (suministro interno-externo)

Los dos criterios básicos que las empresas admiten generalmente como motivos para elegir el modo de realización de los servicios son el (menor) *coste* y la (mayor) *eficacia* y *calidad*.

En general, el segundo de los motivos citados es casi universalmente admitido, incluso cuando el servicio se lo presta la propia empresa, ya que alega que su solución le asegura más calidad que las otras alternativas que pudiera haber elegido. En el caso de la Comunidad Valenciana, así como en el País Vasco y Galicia, se constata que la pequeña empresa suele quedar condicionada, en realidad, por los problemas ligados al *coste* del servicio, mientras que las empresas medianas apoyan más su elección en ambos criterios, aunque a ellos se añadan otros relacionados con la *frecuencia* de utilización de cada servicio, la facilidad o dificultad *técnica* de su prestación interna y el temor a *proporcionar información* que pueda utilizar la competencia. El hermetismo de algunos empresarios y directivos conduce entonces a aducir problemas de coste o de insatisfactoria calidad en los servicios ofrecidos fuera.

En cualquier caso, hay un hecho bastante claro (País Vasco, Galicia, Comunidad Valenciana, Andalucía): a medida que las empresas requieren con más frecuencia un servicio, disminuye el peso otorgado al factor coste y aumenta —aunque no proporcionalmente— la valoración de la eficacia y la calidad en la prestación (ver tabla 3). El coste, por otra parte, tampoco juega un papel absolutamente determinante en aquellos servicios que el empresario estima como



un «problema», entre los que siempre destacan los que le relacionan directamente con las Administraciones Públicas (temas fiscales, cumplimiento de normativas, obtención de ayudas, etc.), o con algunas necesidades inmediatas en relación con sus clientes. La calidad y la eficacia esperadas priman más en tales casos (tabla 4 relativa a Galicia y tabla 5, Andalucía).

Estos últimos casos pueden interpretarse también con un criterio distinto y más amplio. La necesidad y/o demanda de servicios —cualquiera que sea su condición— surge principalmente como consecuencia de *problemas e impulsos externos a la empresa*, bien sean éstos derivados de normativas y obligaciones cada vez más complejas y de cumplimiento obligado, o bien como consecuencia de los cambios que experimenta el mercado (nuevos productos, mayor competencia, exigencias de los clientes y seguridad de suministro, atención post-venta, marketing, etc.). Los ejemplos son bastante claros al respecto. El caso de las empresas que exportan es, seguramente, el más llamativo. La preocupación por los problemas del cumplimiento de controles de calidad y normalización corre paralelo con la búsqueda de soluciones tecnológicas, innovaciones de producto, diseño, presentación, servicios complementarios y de post-venta, etc. En la Comunidad Valenciana (ramas del mueble, industrias metálicas de consumo, cerámica, calzado y otros) y el País Vasco (maquinaria, plásticos y productos metálicos diversos) han surgido numerosos ejemplos de este tipo. Su número es sensiblemente más escaso en Andalucía y Galicia.

### 9.3. Demanda de servicios y tamaño de las empresas

La información recogida sobre este tema es muy amplia y ofrece, ante todo, una cierta dispersión casuística (por ramas de actividad; según se trate de una región u otra; empresas ligadas o no a grupos; etc.), lo que hace difícil extraer conclusiones que tengan validez con carácter muy general. En otras palabras, lo que ocurre es que, si bien es posible destacar algunos comportamientos relativamente comunes referidos a la pequeña, la media y la gran empresa, ello no impide que puedan señalarse también importantes excepciones: empresas pequeñas que tienen una estructura productiva y de gestión muy flexible y abierta a las nuevas formas de organización y producción; y empresas medianas-grandes con planteamientos todavía muy convencionales, poco abiertas a los actuales cambios, operando en mercados más o menos cautivos, o que producen bienes maduros, etc.

En los dos subapartados anteriores hemos hecho ya algunas alusiones a diferencias de comportamiento basadas en el tamaño de las empresas. Añadiremos aquí algunas más que parecen tener una validez relativamente amplia, pero sin olvidar la observación que acabamos de hacer.

Con carácter general cabe afirmar, por ejemplo, que las empresas con más de 100 empleados son las que más utilizan los servicios, aunque los resultados no son especialmente llamativos. Tal diferencia se manifiesta, sobre todo,

en los servicios que en las investigaciones hemos considerado como avanzados o de innovación (viabilidad de proyectos; asesoramiento tecnológico; control de gestión; selección de personal; control de productividad; racionalización) (tablas 6 y 7). Por razones que cabía esperar, ligadas en buena parte al propio tamaño, al volumen de negocio y a los mercados más amplios en los que suelen operar, las empresas medianas de mayor dimensión son también las que más acuden al *suministro exterior* para asuntos de personal, comercialización, asesoramiento jurídico, etc., al tiempo que resuelven internamente otros renglones de servicios (administrativos, principalmente). La empresa pequeña, como antes ya se ha anticipado, suele concentrar su demanda «fuera» de aquellos servicios que resuelven lo que ellos consideran como «problemas».

El tamaño no siempre determina, sin embargo, un mismo comportamiento. De hecho, razonando reflexivamente, es decir, sobre las condiciones en que realizan su actividad las empresas más demandantes de servicios, es posible establecer como hipótesis de comportamiento que seguramente son las empresas que están más sometidas al funcionamiento del mercado las que mayor utilización hacen de los servicios de innovación, tanto de gestión interna, como de producción y de mercados, mientras que las más consolidadas y de mayor tamaño valoran más los aspectos relacionados con los costes. En otras palabras, la situación de las empresas en una u otra fase del ciclo del producto quizá sea, como indicábamos en el anterior subapartado, uno de los factores más determinante de la demanda de servicios, de forma que las situadas en las primeras fases tendrían una mayor tendencia a la utilización y contratación externa de servicios, mientras que las que operan en la fase de madurez de los mercados —con ejemplos en el País Vasco y en Galicia— estarían más preocupadas por la disminución de sus costes y la mejora de la gestión interna, sin excesiva inquietud (baja demanda de una serie de servicios) por rejuvenecer su producción y situarse de nuevo en las primeras fases del ciclo con nuevos productos. En este sentido, la información recogida permite señalar que esta hipótesis es cierta y apuntar, incluso, que el *entorno* más inmediato juega un importante papel como estímulo o desestímulo a la innovación. Es decir que, sobre todo cuando se analizan algunas áreas territoriales relativamente bien delimitadas, donde está localizado un número importante de empresas dedicadas a idéntica o similar actividad (caso del calzado, de la cerámica y de las industrias de transformados metálicos en la Comunidad Valenciana o de la máquina-herramienta y los transformados metálicos en Guipúzcoa), se produce un claro y rápido proceso de «contagio» en la introducción de innovaciones, la externalización de servicios, una mayor especialización, búsqueda de soluciones comunes (agrupaciones), etc. Por supuesto que todo ello no es ajeno a las ideas que normalmente vinculamos al concepto de distrito industrial.

Un caso claramente aparte de todo lo anterior lo constituyen las factorías

cuya central no se encuentra en la propia región (sean empresas nacionales o multinacionales) puesto que, como muestran algunos ejemplos estudiados en la Comunidad Valenciana y en Andalucía, una gran parte de los problemas que se les plantean —tanto en la gestión y administración, como en el terreno técnico, estudio de mercados, etc.—, encuentran solución a través de la central. Esto les permite, entre otras cosas, tener acceso a las sugerencias y aportaciones de empresas de servicios muy especializados y con un ámbito de actuación internacional, si bien, en muchos casos, dicho acceso sólo es indirecto.

En las empresas más grandes (> 500 trabajadores), aunque el número de las examinadas ha sido más limitado, hay una coincidencia casi general en tres direcciones: 1) evolución hacia una creciente externalización en los servicios más especializados; 2) solución estable —interna, o externa e interna a la vez— de los servicios de carácter más obligado y convencional; y 3) creciente apertura a los servicios más ligados a la innovación, tanto en gestión y organización como en temas tecnológicos.

#### 9.4. Localización de los servicios y acceso de las empresas usuarias

En todas las regiones estudiadas la localización (de las empresas de servicios, pero sobre todo de las industriales) se muestra como un *factor discriminante* en la utilización de servicios; en general, a favor de las empresas localizadas en las áreas más centrales. En Valencia, en Andalucía, en Galicia y en el País Vasco, la localización en zonas muy próximas a los mayores centros de oferta de servicios provoca una utilización más elevada de los mismos. No siempre coincide esto, sin embargo, con el acceso a los servicios de innovación donde la casuística impide hacer afirmaciones generales aunque se advierte una ligera ventaja favorable a las empresas localizadas en centros-comarcas de *fuerte desarrollo industrial*. En el País Vasco puede apreciarse, sin embargo (tabla 8), cierta ventaja en la utilización de servicios por parte de las empresas ubicadas en el «resto de las comarcas industriales (RCI)», es decir, las no-centrales, que además también se distinguen por una mayor utilización de los más avanzados. Conocidas las características de las empresas localizadas en la RCI, parece que lo que explica esta mayor utilización de servicios quizá sea el hecho de que son empresas no muy antiguas y con actividades ligadas al sector de transformación de metales.

En el caso gallego, las empresas no localizadas en las áreas de La Coruña-Ferrol y Vigo, o en el eje que une ambos núcleos, casi siempre buscan el suministro *externo* de los servicios «obligados» y, en bastante menor medida, los servicios avanzados (por ejemplo, *I + D*). Tal comportamiento puede indicar que las empresas más alejadas tienen dificultades para internalizar los servicios «obligatorios» debido a su mayor coste para un mismo nivel de calidad, mostrando, asimismo, un dinamismo y una apertura a la innovación superiores.

¿Influye la mayor disponibilidad de servicios en la elección de localización por parte de las empresas industriales? La respuesta a esta cuestión tiene interés para el diseño de políticas de promoción de servicios (por las autoridades regionales, por ejemplo), y a la hora de planificar la corrección de desajustes, actuales o previsibles en el futuro.

En el caso del País Vasco es significativo que un 55 por 100 de los establecimientos industriales afirme que la oferta de servicios en su zona *favorece* la localización, contra un 18 por 100 que sostiene que la perjudica y un 29 por 100 sin opinión, cosa que quizá indique que nunca se plantearon siquiera la cuestión. Esta respuesta «positiva» debe relativizarse, sin embargo, con el hecho de que bastantes de las empresas que hacen tal valoración son, al propio tiempo, escasamente *usuarias* de dichos servicios (externos) en la práctica. Se trata, pues, en principio, de un «estado de opinión» de los directivos y empresarios, más que de una expresión coherente con la práctica habitual. De hecho, en la misma comunidad autónoma sólo un 31 por 100 de las empresas entrevistadas afirma que la oferta de servicios ha influido en su localización y un 30 por 100 indicó que no había influido. Este contraste podría interpretarse afirmando que la existencia de oferta es sólo *uno más* de los factores positivos de localización industrial, sin alcanzar la más alta consideración. Y puede interpretarse también como algo que guarda relación con la fundación y localización de las empresas en un momento histórico ya lejano, cuando la oferta de servicios era escasa y la necesidad que se sentía de ellos era igualmente muy baja.

Tanto en el caso del País Vasco (tabla 9) como en Galicia, la Comunidad Valenciana y, en menor medida, Andalucía, cuando se toma en consideración el año de fundación de la empresa industrial se observa una clara evolución hacia un mayor aprecio de los servicios en la decisión de localización. Un porcentaje del 41,2 por 100 de las empresas vascas creadas en los ochenta considera que la oferta de servicios de la zona *influyó* en su localización, mientras que en las empresas creadas hasta 1973 los porcentajes oscilaron prácticamente por debajo del 30 por 100.

### 9.5. Tendencias en la demanda de servicios en el futuro

Las diferencias en este terreno de opinión son más notables cuando comparamos los resultados correspondientes a las distintas regiones. En el País Vasco, según las respuestas obtenidas, la situación descrita para la demanda actual tenderá a mantenerse sin grandes cambios en el futuro. En general, las empresas no prevén incrementar sustancialmente el nivel de servicios que necesitan, ni alterar la relación entre producirlos por sí o adquirirlos fuera. De los 34 tipos de servicios considerados, 29 continuarán en el nivel y forma de prestación actuales. Las excepciones en cuanto al grado de utilización (aumentos de utilización superiores al 10 por 100) son: tratamiento informático (21



por 100), servicios de seguridad (13 por 100), desarrollo tecnológico (10 por 100), transporte de ámbito internacional (10 por 100). La inercia que, en general, señalan éstos y otros datos, se corroboran con las respuestas dadas sobre la existencia de algún servicio que las empresas demandarían caso de estar disponible. Sólo el 5,8 por 100 del conjunto de las empresas estudiadas echan en falta algún servicio, siendo las empresas menores (de 20 a 99 empleados) las menos preocupadas si las comparamos con las de más de 100 trabajadores (3,5 y 8,7 por 100, respectivamente).

La Comunidad Valenciana mostró una actitud más dinámica en sus empresas. Una apreciable mayoría de las encuestas (57 por 100) indicaron que iban a optar —como estrategia de futuro— por externalizar la mayor parte de los servicios que necesitan, con objeto de reducir costes fijos y de simplificar la estructura de la empresa, haciéndola así más flexible y operativa. Además, los servicios a los que las empresas señalaron que prestarían creciente atención en el futuro fueron los que en el momento de encuestación eran objeto de prestación irregular y esporádica, así como todos aquellos en los que se reconoce la necesidad de especialización (servicios relacionados con el comercio exterior; control de calidad y normalización; avances tecnológicos; selección y formación de personal; diseño; publicidad y marketing, etc.).

Por otra parte, las empresas que dicen optar por la prestación interna de algunos servicios cara al futuro, siempre indican que lo harán en tanto que la producción no suponga un apreciable menoscabo en términos de calidad. Sólo un 20 por 100 de las empresas no tienen previstos cambios en su actual estructura de demanda de servicios.

En el análisis por zonas, las diferencias entre las empresas valencianas resultaron mayores que en función del tamaño. Mientras en la zona de l'Horta Sur y Paterna-Quart de Poblet la decisión de externalizar la prestación de servicios estaba decidida por un 70 por 100 de las empresas, en la de Onteniente-Alcoy este porcentaje caía al 37 por 100 (tabla 10), al tiempo que se afirma la continuidad en la distribución de la demanda actual, caracterizada por el predominio de la solución interna a los problemas y necesidades. Indudablemente, los diferentes niveles de oferta de servicios en ambas zonas (baja en Onteniente-Alcoy y más diversificada y amplia en el Área Metropolitana de Valencia) tiene mucho peso en estas tomas de posición, pero éstas responden también a la situación actual y perspectivas de futuro de los sectores industriales dominantes en cada zona y al dinamismo y capacidad de innovación que exigen sus mercados.

Las investigaciones sobre Galicia y Andalucía ofrecen resultados distintos del anterior y entre sí, aunque coincidentes en el hecho de que domina una actitud bastante más conservadora. En Andalucía, las previsiones de demanda de servicios en el futuro reflejan variaciones bajas (en casi todos los casos, menos del 20 por 100 de las empresas prevén incrementar la utilización o/y la contratación de servicios). Son, además, servicios bastante convencionales



los que preocupan cara al futuro: asesoría fiscal y contable; transporte de ámbito local; transporte regional y nacional; comercialización. El pulso es, generalmente, más bajo, aunque no irrelevante, en casos como: control de calidad de los productos acabados y de las materias primas; tratamiento informático; racionalización del trabajo; formación del personal; desarrollo tecnológico; y estudios de mercado.

En Galicia, los porcentajes de empresas que prevén una mayor utilización de servicios son todavía más bajos, si bien, curiosamente, la atención se centra sobre algunos servicios ligados a la innovación (servicios de ingeniería industrial; control de productividad, racionalización; desarrollo tecnológico; publicidad; inspección y estudio de clientes; y asesoramiento en inversión y financiación). Las diferencias por sectores y tamaños son muy considerables en este caso, aunque no podemos entrar aquí en el tema. Se aprecia en las respuestas una clara tendencia a *valorar* algunos servicios que antes eran de uso poco frecuente (seguro en los transportes; alquiler de maquinaria de oficina; alquiler de maquinaria y equipo de producción; y cuestiones relacionadas con la exportación —créditos y su aseguramiento; estudio de mercados; información sobre oportunidades—). La aceptación de que tales servicios deberán obtenerse a través de empresas externas es bastante general (porcentajes entre el 50 y el 80 por 100).

En la valoración de la influencia que pueden haber tenido los servicios a la hora de localizarse en Andalucía, dominan claramente las respuestas *negativas* (superiores siempre al 50 por 100 e incluso al 65 por 100 en las cinco agrupaciones de actividades). Sin embargo, al diferenciar las respuestas de las empresas por zonas, Málaga se desmarca claramente de lo anterior: un 83,8 por 100 de las empresas parece haber elegido la zona por la disponibilidad en ella de servicios, siendo probable que en esta apreciación se incluyan otros servicios distintos de los «reales» a las empresas. En Galicia, las respuestas son *negativas* casi sin diferenciación, lo que parece coherente con la más baja oferta de servicios existente en la región y con el menor impulso en la creación de empresas, al menos en términos comparativos.

---

## 10. ALGUNAS NOTAS FINALES

---

El tema que hemos abordado en este trabajo se presta mal a la extracción de conclusiones, principalmente por la amplitud de cuestiones, aspectos y matices que ofrece, tanto desde una óptica general como al entrar en el estudio de la realidad española.

En consecuencia, en estas notas finales sólo queremos destacar algunos puntos que consideramos más claros o, cuando menos, de mayor interés. Son los siguientes:

1.—Los servicios a las empresas están experimentando una singular *di-*

*versificación* y *crecimiento* en todos los países industrializados, incluida España, aunque con cierto retraso.

2.—Dicho crecimiento es consecuencia, por una parte, de la *creciente complejidad* del mundo económico actual y de los cambios y adaptaciones que en los últimos años observamos en las empresas manufactureras, pero, por otra, refleja también el proceso de *externalización* que bastantes empresas están desarrollando (en busca de una mayor flexibilidad, reducción de cargas de estructura, etc...), al «traspasar» al exterior «funciones de servicios» que antes se realizaban dentro de las empresas. Hay, pues, un componente relativamente artificial en ese crecimiento de los servicios a las empresas al que se ha hecho referencia en el punto 1.

3.—Las *nuevas tecnologías* están impulsando el desarrollo y la necesidad de nuevos servicios a las empresas, al propio tiempo que facilitan su misma oferta y la transformación y renovación de bastantes servicios tradicionales.

4.—Como *inputs* de la producción, pero también en las fases *previa* y *posterior* a ésta, los servicios a las empresas ocupan cada vez más una *posición estratégica* para el éxito de aquéllas. Desde esta óptica, su importancia actual y cara al futuro es evidente, aunque quizá sea más de orden cualitativo que cuantitativo.

5.—La *actitud* de las empresas industriales en cuanto a la utilización y la forma de obtención de los servicios parece que constituye un buen indicador de la situación de las mismas, de su respuesta a los cambios en curso e incluso de su pulso innovador.

6.—Las investigaciones realizadas en cuatro regiones concretas y bastante distintas de nuestro país, permiten disponer de una información muy amplia e interesante, de la que es posible extraer algunas conclusiones de carácter más general.

En este sentido, lo primero que hay que indicar es que no todas las hipótesis de comportamiento tomadas como punto de partida reciben el respaldo de la realidad.

7.—Aunque las *empresas de tamaño medio* son, efectivamente, las que aparecen más abiertas a los cambios y a una organización más flexible, con tendencia creciente a contratar «fuera» los servicios que precisan, esto no es generalizable a todos los casos (el sector o rama y el tipo de producto y su situación en términos de ciclo vital parecen muy importantes para explicar la diversidad de situaciones) y tampoco significa que algunas *pequeñas empresas* no tengan planteamientos que muy bien podrían calificarse como avanzados.

8.—En general, se aprecia una falta bastante general de *comprensión* y *valoración* de los servicios por parte de muchas empresas. Esto explica los elevados porcentajes de ellas que afirman «utilizar» servicios, produciéndolos directamente, cuando ni su dimensión, ni su estructura y cualificaciones de personal lo permiten.

9.—La *proximidad* de las empresas a la *oferta de servicios* no parece un determinante claro de su utilización. Sí lo es, sin embargo, el «entorno» que se crea en determinadas zonas industriales, particularmente cuando existe una concentración de empresas de una misma actividad (y/o complementarias) operando en mercados que son cada vez más competitivos. Las necesidades de cambio y de ajuste, como respuesta a *retos externos* al empresario, favorecen la modernización y la búsqueda de mejores condiciones para ser competitivos, siendo en muchos casos los servicios una herramienta o componente fundamental.

10.—La *actividad exportadora* obliga efectivamente a las empresas, tal como se planteó en una de las hipótesis de partida, a desarrollar más rápidamente su capacidad innovadora, tanto en el terreno de los procesos y los productos, como en las relaciones ligadas a la venta y la postventa. En nuestras investigaciones, las respuestas más positivas y abiertas cara al futuro se han obtenido de este tipo de empresas. La utilización de servicios más avanzados y ligados a la innovación se convierte para ellas en una necesidad. Se detecta, asimismo, un planteamiento más claro en cuanto a los criterios de coste y de eficiencia-calidad a la hora de obtener los servicios «dentro» o «fuera» de la empresa.

11.—Las *diferencias entre regiones* son evidentes y han quedado indicadas a lo largo del texto, aunque no resulta fácil resumirlas de forma concisa. Como en el caso de la dimensión, aquí también pueden encontrarse empresas con actitudes y conductas completamente opuestas dentro de una misma región. El tamaño, el sector y los mercados en que operan pueden ser determinantes, pero, en definitiva, en muchos casos todo depende de la actitud real del *empresario* o del *equipo directivo*.

12.—Frente a las *carencias de ofertas de servicios* que existen en bastantes zonas y de las que se hacen eco —relativo— las empresas, caben dos posiciones: la primera, dejaría a las simples fuerzas del mercado la evolución de tal oferta y los cambios de actitud de las empresas usuarias; la segunda, destacaría que existe un margen para que las autoridades impulsen el cambio, y también para intentar cubrir necesidades insatisfechas —y a veces hasta poco valoradas— por parte de las industrias. De hecho, hay buenos ejemplos de actuaciones acertadas en este último sentido en otros países europeos y en España. En este trabajo no hemos entrado, sin embargo, en el tema, al ceñirnos sólo a algunos aspectos de la demanda de servicios realizada por las empresas industriales. La información acumulada y los análisis comparativos en curso nos permitirán hacerlo en otra ocasión.

## ANEXO

## TABLAS RELATIVAS AL COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN ESPAÑA

Tabla 1.—País Vasco				
Utilización de servicios por las empresas y forma de realización				
Tipos de servicios según grados de utilización: % de empresas que los utilizan	% total empresas que utilizan	% de empresas que las realizan		
		% en el establecto.	% externamente	% en la sede social
<b>Del 85 al 100 por 100</b>				
Ejecución de contabilidad.....	98	86	7	5
Asesoramiento jurídico.....	96	27	61	8
Sevicio de limpieza.....	96	62	33	1
Gestión pago de impuestos.....	95	75	16	4
Gestión cobro a clientes.....	95	81	8	6
Asesoramiento fiscal.....	93	27	57	9
Cotrol calidad pro. acaba.....	92	86	3	3
Gestión de plantillas.....	90	80	7	3
Control materias primas.....	88	80	4	4
Comercialización merc. int.....	87	75	7	6
Tratamiento informático.....	86	65	14	7
Transporte ámbito local.....	86	35	51	—
Transporte ámbito regional.....	85	17	68	—
Transporte ámbito nacional.....	85	8	75	2
Asesoramiento contable.....	85	57	20	8
<b>Del 60 al 84 por 100</b>				
Selección de personal.....	79	57	15	7
Control de productividad. Racionaliza.	78	71	3	4
Asesoramiento inversión y financiac.	74	57	8	9
Inspección y estudio de clientes.....	72	56	11	5
Control gestión y auditoría.....	69	24	38	7
Formación personal.....	68	49	14	5
Desarrollo tecnológico.....	67	58	3	6
Comercialización mercado exterior...	67	52	8	7
Transporte ámbito internacional.....	65	1	63	2
Asesoramiento tecnológico.....	66	46	12	8
Estudios de mercado.....	65	46	12	7
Serv. de ingeniería ind.....	64	54	6	4
Publicidad.....	64	32	28	4
Viabilidad de proyecto.....	63	44	13	6
Diseño.....	62	53	6	3
Servicios de seguridad.....	61	41	18	2
<b>Menos del 60 por 100</b>				
Reparación de vehículos.....	42	6	36	—
Hostelería.....	20	10	10	—
Colocación de títulos.....	11	8	1	2

Tabla 2.—Galicia

**Utilización de servicios por las empresas y forma de realización**

Tipos de servicios	% total	% de empresas que realizaron el servicio		
		% en el establecim.	% externamente	% en la sede social
<b>De carácter «obligado», tradicionales y/o de bajo valor añadido</b>				
Ejecución de contabilidad.....	100,0	92,8	6,3	3,2
Gestión de pago de impuestos.....	100,0	77,0	18,0	6,3
Gestión de cobro a clientes.....	98,2	87,8	6,8	4,5
Servicio de limpieza.....	95,5	73,0	24,3	0,5
<b>Derivados de la actividad específica de la empresa</b>				
Comercialización mercado exterior...	60,4	51,8	2,3	6,3
Transporte de ámbito local.....	95,5	57,2	45,5	0,0
Transporte de ámbito regional.....	87,8	34,7	59,5	0,9
Transporte de ámbito nacional.....	78,8	18,5	63,5	0,9
Transporte de ámbito internacional..	56,3	8,1	48,2	1,4
Reparación de vehículos.....	87,8	18,0	72,5	0,0
<b>Relacionados con la innovación empresarial y/o tecnología</b>				
Asistencia y asesoramiento jurídico.	100,0	23,0	71,6	8,1
Asesoramiento inversión y financia..	96,8	81,5	6,8	9,0
Asesoramiento viabilidad de proyec.	87,8	72,1	9,0	7,2
Asesoramiento colocación de títul...	23,4	18,9	0,9	3,6
Asesoramiento fiscal.....	99,1	39,2	55,4	10,4
Asesoramiento contable.....	99,1	84,2	12,6	4,1
Asesoramiento tecnológico.....	86,5	73,0	14,9	4,5
Gestión de plantilla.....	99,1	86,5	12,6	0,9
Tratamiento informático.....	93,7	77,0	16,7	2,7
Control de gestión y auditoría.....	86,9	53,6	37,4	5,4
Selección de personal.....	98,6	90,1	13,1	0,9
Formación de personal.....	95,0	88,7	11,3	0,9
Servicio de ingeniería industrial.....	71,6	53,6	16,2	5,0
Control de productividad. Racionali..	80,2	78,4	2,7	8,5
Diseño.....	66,7	52,3	11,3	5,0
Control de calidad de mat. primas....	85,6	78,8	9,0	0,5
Control de calidad de prod. acabad..	88,3	84,7	8,6	0,0
Desarrollo tecnológico.....	79,3	60,4	18,0	6,8
Estudios de mercado.....	77,0	57,7	13,5	7,7
Publicidad.....	77,0	29,7	41,4	7,7
Comercialización mercado interior....	90,5	83,3	0,9	6,3
Inspección y estudio de clientes.....	89,6	73,9	11,3	5,4



Tabla 3.—País Vasco

**Consideración del coste como motivo principal para la contratación externa de servicios**

<i>Empresas según:</i>	<i>Servicios (agrupados por categorías)</i>							
	<i>obligados</i>		<i>específicos</i>		<i>avanzados</i>		<i>Total</i>	
	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>
<b>Actividad</b>								
Extracción y transformación.....	4	—	8	—	20	2	32	2
Transformación metales.....	—	4	3	5	2	20	5	29
Otras manufacturas.....	3	1	7	1	16	6	26	8
<b>Tamaño (núm. de empleados)</b>								
20 a 99.....	4	—	7	1	22	—	33	1
100 y más.....	—	4	1	7	—	22	1	33
<b>Localización</b>								
GAI.....	2	2	5	3	20	2	27	7
RCI.....	2	2	2	6	2	20	6	28
	15	13	33	23	82	72	130	108

[Núm. de servicios que presentan porcentajes superiores (+) e inferiores (-) a la media.]

Tabla 4.—Galicia

**Porcentaje de empresas que contratan externamente los servicios por mayor eficacia y calidad**

Porcentaje vertical	Total	Actividad de la empresa			Personal total 31/12/88		Distribución territorial	
		Extracc. transf.	Transf. metales	Otras manufac.	20-99 emplead.	100 y más emplead.	Grandes áreas	Resto Galicia
<b>De carácter «obligado», tradicionales y/o de bajo valor añadido</b>								
Ejecución de contabilidad.....	100,0	—	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gestión de pago de impuestos.....	92,5	98,9	90,9	94,4	89,7	100,0	92,9	92,3
Gestión de cobro a clientes.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Servicio de limpieza.....	88,9	100,0	90,0	89,5	92,3	85,7	87,5	92,9
<b>Derivados de la actividad específica de la empresa</b>								
Comercialización mercado exterior.....	100,0	100,0	—	100,0	—	—	100,0	100,0
Transporte de ámbito local.....	84,2	85,7	83,8	84,0	76,6	90,7	86,4	80,0
Transporte de ámbito regional.....	86,3	82,6	86,7	87,3	80,0	93,4	84,8	88,5
Transporte de ámbito nacional.....	87,9	83,3	89,6	88,4	83,5	93,5	87,3	88,7
Transporte de ámbito internacional.....	88,8	81,8	92,3	89,1	84,0	93,0	89,6	87,5
Reparación de vehículos.....	85,1	93,3	83,3	82,9	81,4	90,6	81,5	89,9
<b>Relacionados con la innovación empresarial y/o tecnología</b>								
Asistencia y asesoramiento jurídico.....	88,7	78,6	87,9	93,2	88,5	88,9	84,9	93,9
Asesoramiento inversión y financiación.....	93,3	100,0	100,0	85,7	90,9	100,0	87,5	100,0
Asesoramiento viabilidad de proyectos.....	95,0	100,0	100,0	90,0	92,3	100,0	87,5	100,0
Asesoramiento colocación de títulos.....	100,0	—	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Asesoramiento fiscal.....	87,7	90,0	92,0	82,7	88,6	86,0	84,1	92,5
Asesoramiento contable.....	89,3	100,0	90,0	83,3	89,5	88,9	76,9	100,0
Asesoramiento tecnológico.....	81,3	80,0	71,4	84,2	76,5	86,7	78,9	84,6
Gestión de plantilla.....	82,1	60,0	100,0	80,0	80,0	100,0	80,0	84,6
Tratamiento informático.....	89,2	88,9	83,3	93,8	86,4	93,3	85,7	93,8
Control de gestión y auditoría.....	89,2	83,3	95,5	88,1	89,5	88,9	88,4	90,0
Selección de personal.....	79,3	71,4	77,8	84,6	100,0	70,0	79,2	80,0
Formación de personal.....	92,0	100,0	85,7	100,0	100,0	88,2	90,5	100,0
Servicio de ingeniería industrial.....	80,0	77,8	77,8	82,4	73,9	91,7	76,5	83,3
Control de productividad. Racionalización..	83,3	—	80,0	100,0	66,7	100,0	80,0	100,0
Diseño.....	88,0	100,0	100,0	82,4	84,6	91,7	100,0	76,9
Control de calidad de materias primas.....	80,0	33,3	100,0	60,0	80,0	80,0	86,7	60,0
Control de calidad de productos acabados	84,2	40,0	100,0	100,0	76,9	100,0	80,0	100,0
Desarrollo tecnológico.....	92,3	90,9	81,8	100,0	90,5	94,4	85,7	100,0
Estudios de mercado.....	86,7	100,0	87,5	81,3	70,0	95,0	90,0	80,0
Publicidad.....	86,8	92,3	83,3	87,2	85,4	88,4	84,5	90,9
Comercialización mercado interior.....	50,0	100,0	—	0,0	0,0	100,0	—	50,0
Inspección y estudio de clientes.....	76,0	100,0	71,4	76,5	78,6	72,7	73,3	80,0

Tabla 5.—Andalucía  
**Consideración de la calidad y la eficacia como motivo principal  
de la contratación externa de servicios**

<i>Empresas según:</i>	<i>Servicios agrupados por categorías</i>							
	<i>obligados</i>		<i>específicos</i>		<i>avanzados</i>		<i>Total</i>	
	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>	<i>+</i>	<i>-</i>
<b>Actividad</b>								
S. I .....	3	1	6	0	20	2	29	3
S. II .....	2	2	0	6	15	7	17	15
S. III .....	3	1	5	1	15	7	23	9
S. IV .....	1	3	3	3	4	18	8	24
S. V .....	3	1	3	3	10	12	16	16
<b>Localización</b>								
Cádiz .....	3	1	5	1	20	2	28	4
Málaga .....	4	0	6	0	22	0	32	0
Sevilla .....	0	4	0	6	0	22	0	32
Resto provincias .....	4	0	5	1	11	11	20	12
<b>Total</b> .....	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>117</b>	<b>81</b>	<b>173</b>	<b>115</b>

[Número de servicios que presentan porcentaje por encima (+) o por debajo (-) de la media.]

Tabla 6.—Galicia  
Valores superiores e inferiores a la media en la distribución modal  
de realizaciones de servicios

Servicios	Se realizan en establecimiento		Se realizan en empresa especial.		Se realizan en la sede	
	Menor coste	Más efic. y calidad	Menor coste	Más efic. y calidad	Menor coste	Más efic. y calidad
<b>De carácter «obligado», tradicionales y/o de bajo valor añadido</b>						
Ejecución de contabilidad .....	X	—	—	X	—	—
Gestión de pago de impuestos.....	X	—	—	X	—	—
Gestión de cobro a clientes.....	X	—	—	X	—	—
Servicio de limpieza .....	—	—	X	X	—	X
<b>Derivados de la actividad específica de la empresa</b>						
Comercialización mercado exterior...	—	—	—	X	—	X
Transporte de ámbito local.....	X	—	—	—	—	—
Transporte de ámbito regional.....	X	—	—	X	—	X
Transporte de ámbito nacional .....	X	—	—	X	—	—
Transporte de ámbito internacional..	X	—	—	X	—	—
Reparación de vehículos .....	—	—	—	X	—	—
<b>Relacionados con la innovación empresarial y/o tecnología</b>						
Asistencia y asesoramiento jurídico.	—	—	X	X	X	—
Asesoramiento inversión y financiac.	—	—	X	X	—	—
Asesoramiento viabilidad de proyec.	—	—	X	X	—	—
Asesoramiento colocación de títulos	—	—	—	X	X	X
Asesoramiento fiscal.....	—	X	X	X	X	—
Asesoramiento contable.....	—	—	X	X	X	X
Asesoramiento tecnológico .....	—	—	—	—	X	—
Gestión de plantilla.....	—	X	X	—	X	—
Tratamiento informático .....	X	—	—	X	X	X
Control de gestión y auditoría.....	X	—	—	X	X	—
Selección de personal.....	—	X	X	—	X	—
Formación de personal.....	—	—	X	X	X	—
Servicio de ingeniería industrial .....	X	X	—	—	—	—
Control de productividad. Racional...	—	—	—	—	X	X
Diseño.....	—	—	X	X	—	—
Control de calidad de materias prim.	—	—	X	—	—	X
Control de calidad de prod. acabados	—	—	X	—	—	X
Desarrollo tecnológico .....	X	—	—	X	—	—
Estudios de Mercado.....	—	—	X	X	—	—
Publicidad.....	—	—	—	X	—	—
Comercialización mercado interior....	X	—	—	—	—	X
Inspección y estudio de clientes .....	X	—	—	—	—	—

Tabla 7.—Comunidad Valenciana  
**Criterios dominantes en la prestación de servicios**  
 (Según el tamaño de las empresas)

<i>Agrupaciones de servicios</i>	<i>Pequeñas</i>		<i>Medianas</i>				<i>Grandes</i>					
	<i>Prestación interna</i>		<i>Prestación externa</i>		<i>Prestación interna</i>		<i>Prestación externa</i>		<i>Prestación interna</i>		<i>Prestación externa</i>	
	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>A</i>	<i>B</i>
Asistencia y asesoramiento.	•		•		•		•		•		•	
Tareas administrativas .....		•	•		•		•		•		•	
Diseño y calidad .....		•		•	•		•		•		•	
Aspectos tecnológicos .....	•			•	•		•		•		•	
Personal .....	•			•	•		•		•		•	
Comercialización.....		•	•		•	•		•	•		•	•
Transporte regional y naci...		•	•		•	•		•	•		•	•

*A* = Menores costes.

*B* = Mayor eficacia y calidad del servicio.

FUENTE: Encuestación.



Tabla 8.—País Vasco  
**Porcentaje de empresas que utilizan los servicios, según actividad,  
tamaño y localización de las empresas**

Servicios (*)	Actividad de la empresa			Tamaño (Núm. emple.)		Localización		Total empres.
	Extrac. y transf.	Transf. en ext.	Otras manuf.	20 a 99	100 y más	CAI	RCI	
<b>De carácter «obligado», tradicionales y/o de bajo valor añadido</b>								
Ejecución contabilidad.....	98,3	98,2	100,0	98,2	98,9	98,0	100,0	98,5
Servicio de limpieza.....	100,0	93,7	97,1	94,2	97,8	95,7	94,5	96,1
Gestión pago de impuestos.....	98,3	92,0	97,1	97,2	94,8	94,7	94,5	94,7
Gestión cobro a clientes.....	95,0	95,4	91,2	93,9	95,7	93,4	96,2	94,7
<b>Derivados de la actividad específica de la empresa</b>								
Transporte ámbito local.....	80,0	88,4	91,2	88,0	67,0	88,8	85,5	86,4
Transporte ámbito regional.....	80,0	88,4	82,4	84,2	85,9	86,1	81,8	85,0
Transporte de ámbito nacional.....	86,7	86,8	75,4	81,6	90,2	86,8	81,8	85,4
Transporte ámbito internacional.....	61,7	73,2	47,1	51,8	82,6	63,6	70,9	65,5
Comercialización mercado exterior.....	61,7	77,7	41,2	49,1	89,1	52,3	80,0	67,0
Servicios de seguridad.....	68,3	58,0	58,8	48,5	73,3	66,2	47,3	61,2
Reparación de vehículos.....	43,3	38,4	50,0	37,7	44,7	44,4	34,5	41,7
Hostelería.....	26,7	19,6	11,5	6,1	38,0	17,2	21,1	20,4
<b>Relaciones con la innovación empresarial y/o tecnológica</b>								
Asesoramiento jurídico.....	95,0	96,4	96,1	93,8	97,8	96,7	92,7	95,8
Asesoramiento fiscal.....	88,3	96,4	97,1	92,1	94,6	95,4	87,3	93,2
Control calidad productos acabados.....	91,7	92,9	88,2	88,6	95,7	90,7	94,5	91,7
Gestión de plantillas.....	88,3	93,7	82,4	67,7	93,5	89,4	92,7	90,3
Control materias primas.....	88,7	90,2	85,3	82,5	95,7	85,1	94,5	88,3
Comercialización mercado interior.....	80,0	92,5	82,4	82,3	92,4	83,4	98,2	87,4
Tratamiento informático.....	85,0	85,7	88,2	80,7	92,4	85,4	87,3	85,9
Asesoramiento contable.....	88,2	85,8	78,5	85,1	85,5	84,6	87,3	85,4
Selección de personal.....	78,7	88,4	87,4	71,5	89,1	79,5	83,0	79,8
Control productividad y racionalización.....	78,3	88,4	67,8	71,1	85,5	74,8	85,5	77,7
Asesoramiento inversión y financiación.....	70,0	74,1	79,4	67,5	81,5	75,5	69,1	73,8
Inspección y estudio de clientes.....	71,7	74,1	64,7	65,8	79,3	70,5	74,5	71,8
Control gestión y auditoría.....	78,3	67,0	62,6	54,4	88,0	68,2	76,2	69,4
Formación de personal.....	68,3	68,7	68,7	59,8	78,3	69,5	63,6	68,0
Desarrollo tecnológico.....	68,3	70,5	52,9	57,9	78,3	67,5	85,5	67,0
Asesoramiento tecnológico.....	88,3	71,4	47,1	58,1	75,3	64,7	72,7	85,5
Estudios de mercado.....	72,7	52,5	70,8	55,3	76,1	85,5	52,7	64,8
Servicios ingeniería industrial.....	63,3	70,5	41,7	42,1	89,9	82,2	72,7	83,6
Publicidad.....	58,7	67,1	61,8	55,3	73,6	82,6	65,5	83,6
Viabilidad del proyecto.....	65,0	59,8	87,8	55,3	72,7	68,9	50,9	82,6
Diseño.....	45,3	68,7	84,7	55,1	85,8	64,2	55,4	62,1
Colocación de títulos.....	13,3	19,7	5,9	11,4	9,8	11,1	7,2	10,7

(\*) Ordenados según su relación con los aspectos de la innovación empresarial.

Tabla 9.—País Vasco  
**Empresas en cuya localización ha influido la oferta de servicios  
 en la zona, según año de creación**

Año inicio de la actividad	Total	Ha influido en su localización la oferta de servicios			Total
		SÍ	NO	N/S-N/C	
Antes de 1940.....	20,4	28,6	54,7	16,7	100
De 1940 a 1959.....	27,2	30,4	64,3	5,3	100
De 1960 a 1973.....	28,2	27,6	62,1	10,3	100
De 1974 a 1979.....	6,8	35,7	64,3	—	100
1980 en adelante.....	16,5	41,2	44,1	14,7	100
NS-NC.....	1,0	—	100,0	—	100
Total.....	100,0	31,0	59,0	10,0	100

Tabla 10.—Comunidad Valenciana  
**Estrategia futura de las empresas respecto a la demanda de servicios  
 zona de estudio**  
 (en porcentajes)

	Onda-Alcora Villareal	L'Horta Sur y Paterna-Quart de Poblet	Onteniente- -Alcoy	Elda-Elche	Total
Prestación externa..	56	70	37	50	57
Prestación interna...	33	19	11	38	23
Contin. estr. actual..	11	10	52	17	20

FUENTE: Elaboración propia con datos procedentes de las Encuestas.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAILLY, A. y MAILLAT, D. (1989): «Servicios a las empresas y desarrollo regional», *Ekonomiaz*, núm. 13-14, págs. 128-137.
- BARCET, A. y BONAMY, J. (1985): «Services rendus aux entreprises», en J. de BANDT: *Les services dans les sociétés industrielles*, Económica, París.
- (1987): «Services et transformations des modes de production», en *Revue d'Economie Industrielle*, núm. 43, págs. 206-217.
- CUADRADO ROURA, J. R. y otros (1986): *Oferta y demanda de servicios y desarrollo regional. El caso de la Comunidad Valenciana*, Ed. FIES y CA Valencia, Editado igualmente en inglés por la Comisión de las Comunidades Europeas, Serie FAST, núm. 1, Bruselas, 1986.
- CUADRADO ROURA, J. R. y GONZÁLEZ, M. (1988): «Incidencia de las nuevas tecnologías en la organización de los servicios a las empresas», *Revista de Estudios Regionales*, núm. 22, págs. 29-67.
- CUADRADO ROURA, J. R. y DEL RÍO, C. (1989): *Los servicios a las empresas en el País Vasco*, Consejería de Economía, Vitoria. Un resumen de este trabajo puede encontrarse en *Ekonomiaz*, núm. 13-14 (1989), págs. 194-209.
- CUADRADO ROURA, J. R.; DEL RÍO, C. y GONZÁLEZ, M. (1989): «Services and Metropolitan Centres. The Expansion and Location of Business Services», Paper presentado al *XXIX European Congress de la RSA*, Cambridge, U.K.
- DANZIN, A. (1986): «Technologies de l'information et évolution sociale», *Futuribles*, Mars.
- DEL RÍO, C. y CUADRADO, J. R. (1989): «Structural Change and Evolution of the services sector in the OECD», *The Service Industries Journal*, vol. 9, págs. 439-468.
- HOUARD, J. y BELLEFLAMME, C. (1987): «Perspectives du systema productif; Analyse des activités des services rendus aux entreprises en Belgique», *FAST-CEE*, Bruselas.
- ILLERIS, S. (1989): *Services and Regions in Europe*, Aveburg, Aldershot-Brookfield, USA.
- OCHEL y WEGNER (1987): *Service Economies in Europe*, Pinter Publishers, Londres.
- SEMA-METRA Conseil (1986): «Services to the manufacturing sector. A long term investigation», *FAST-CEE*, Bruselas.
- SINISCALCO, D. (1985): «Emplois dans le secteur des services et changement structurel», en J. DE BANDT: *Les Services dans...*, cit.