

**LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS
EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE
LA PROVINCIA DE TERUEL**



Marian Rubio

LOS SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA PROVINCIA DE TERUEL*

*Marian Rubio***

RESUMEN

El actual sistema económico no se entendería sin servicios a empresas: los procesos productivos incluyen un valor añadido basado, muy substancialmente, en servicios; la innovación ante un mundo en transformación requiere de servicios altamente cualificados y vinculados a las nuevas tecnologías para lograr oportunidades de negocio; los principios de la globalización económica requieren de servicios para garantizar un espacio perfectamente interrelacionado e interconectado.

Así, en este marco del sistema económico global, donde los servicios a empresas están adquiriendo progresivamente un lugar más relevante y de mayor peso en la estructura productiva, resulta conveniente volver la vista a lo local, para analizar cuál es la situación de este subsector en la economía de la provincia de Teruel y para extraer conclusiones respecto a cómo se está comportando su demanda y si hay alguna actividad en la que ésta queda insatisfecha.

Palabras clave: servicios a empresas, valor añadido, externalización, innovación, productividad, competitividad.

* Este trabajo se ha realizado con una ayuda del Instituto de Estudios Turolenses concedida en 2007.

** marian2005rubio@yahoo.es

ABSTRACT

The advanced services to the companies in the productive structure of the Teruel's province.

The present economic system wouldn't exist without the service companies. The production processes include added value, mainly supplied by the services. Innovation, in this changing world, needs service products, highly qualified, and linked to the most recent technologies in order to get the best market opportunities. The economical globalization requires service companies and outsourcing to guarantee an interrelated and interconnected space.

Therefore, in this economical global system, where the services for enterprises are getting a remarkable place, with the main consideration into the productive structure, it is necessary to revise the local situation, analyzing the service industry in Teruel, extracting specific information about the market demand of this sector, and responding if it is some internal activity with its service necessities without coverage.

Key words: services for enterprises, added value, outsourcing, innovation, productivity, competitiveness.

ASPECTOS CONCEPTUALES

Las empresas, por su propia lógica de producción, han necesitado desde siempre de otras empresas que les ofrecieran aquellos servicios que vinieran a complementar y, por tanto, a apoyar su proceso productivo.

Hasta hace unas décadas, estos servicios demandados han sido, básicamente, limpieza, transporte de materias primas y productos terminados, y actividades orientadas a la seguridad; servicios que, por otra parte, no diferían excesivamente de los demandados por las familias, y que en la actualidad se pueden considerar servicios tradicionales.

Sin embargo, a partir de la segunda mitad de la década de los setenta del siglo XX, se produce un cambio en los procesos productivos y, sobre todo, en la organización empresarial, que lleva a que las empresas de los países más desarrollados comiencen a requerir de servicios específicos, servicios a empresas. Las empresas, pertenezcan al sector que pertenezcan, precisan hoy una amplia variedad de servicios para asegurar su capacidad de producción y, sobre todo, su competitividad.

No obstante, es posible distinguir, dentro de estos servicios, un subgrupo intensivo en conocimiento, denominado servicios avanzados a empresas. Éstos se caracterizan por ofrecer altas aportaciones de capital humano y tecnología, y por su elevada contribución al aumento de la productividad, la eficiencia y la competitividad de las empresas que los consumen. Estos servicios encarnan las actividades más relacionadas con la "revolución tecnológica", y se encargan de hacer posible la generalización y el mejor aprovechamiento de los avances técnicos, del uso de Internet y de las redes de información y comunicaciones. Es por ello que los servicios avanzados, en definitiva, generan las condiciones propicias para la adopción de innovaciones en productos y procesos, del mismo modo que permiten nuevas formas de gestión y organización empresarial, así como el acceso a nuevos sistemas y redes de comercialización.

DEFINICIÓN

Así, se puede decir que existe coincidencia entre los autores a la hora de definir los servicios a empresas como aquellas actividades reales (no financieras) que influyen principalmente en la competitividad de las empresas a través de su utilización como recursos o factores intermedios en la cadena de valor, y mediante ganancias en calidad e innovación, resultantes de una prestación del servicio interactiva entre proveedor y cliente.

De esta definición se extrae una serie de rasgos característicos que distinguen los servicios a empresas de otro tipo de servicios:

- Se excluyen los servicios financieros.
- Las instituciones públicas tienen un papel importante en el desarrollo de algunas actividades de servicios.
- Son factores productivos para obtener bienes y otros servicios.
- Las empresas de servicios brindan una asistencia especializada.
- Su incidencia en la competitividad, en la calidad o en la innovación resulta determinante.
- Existe un carácter interactivo entre oferta y demanda.

CLASIFICACIÓN

En el caso de los servicios a empresas, la dificultad para abordar una clasificación ha sido mucho mayor que para el conjunto de servicios. La novedad del sector, la continua aparición de nuevas actividades –surgidas de la estrecha interacción entre oferente y demandante y de la prestación de servicios especiales y personalizados–, la proximidad e indefinición entre unas y otras, y la falta de interés por parte de los estadísticos, han propiciado una multiplicidad de clasificaciones y una falta, aún en la actualidad, de criterios para ordenar un estudio homogéneo de los servicios a empresas.

El resultado es la enorme heterogeneidad de su clasificación, no existe una clasificación homogénea y universalmente aceptada. No obstante, y por razones prácticas, normalmente acaban por imponerse las clasificaciones de los organismos internacionales especializados. Éste es el caso de la clasificación NACE de la UE¹, que se ha convertido en la más empleada por los institutos de estadística y por la mayoría de investigadores.

1 En España se trabaja con una clasificación propia, la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE-93, cuya correspondencia con la NACE es prácticamente total. En un grado de desagregación de cuatro dígitos tan solo existen once actividades cuyos códigos no coinciden; precisamente una de ellas corresponde a la sección de servicios a empresas: CNAE da el código 7484 a *Otras actividades empresariales*, mientras según la clasificación NACE a esta misma actividad le corresponde el código 7487.

Sin embargo, y en virtud de lo que entrañan los servicios a empresas en sí, es interesante ver que, en sus diversas modalidades, se corresponden con las distintas funciones de la organización interna de una empresa; de modo que una clasificación de los servicios bien podría estar agrupada según estas funciones, tal y como propone el Instituto de Fomento Andaluz. Con esta lógica, los grandes grupos de servicios tendrían que ver con la selección y formación de los recursos humanos, la introducción tecnológica y de innovación en el proceso productivo, el análisis y la ampliación de mercados, la gestión estratégica de la empresa, la transmisión de información y la investigación en el sentido más amplio.

Clasificación del sector de servicios avanzados a las empresas

RECURSOS HUMANOS

- Selección y evaluación: búsqueda, selección y desarrollo de recursos humanos en la empresa, análisis y valoración de puestos de trabajo, etc.
 - Formación: diseño y puesta en marcha de planes de formación, simulación de empresas, etc.
-

PRODUCCIÓN

- Métodos y tiempos: análisis de métodos y tiempos, organización y mejora de la productividad.
 - Diseño industrial: diseño y desarrollo del producto.
 - Estudios de costes: análisis de costes y desarrollo de planes de optimización.
 - Ingeniería de bienes de equipo: ingeniería de procesos y sistemas eléctricos y electrónicos, adaptaciones y diseños a medida de máquinas y herramientas.
 - Gestión de la calidad: diseño e implantación de sistemas de gestión de la calidad, procesos, homologación y certificación.
 - Asesoramiento en I+D: asistencia técnica en procesos de innovación. Transferencia de tecnología, propiedad industrial, programas comunitarios de I+D.
 - Asesoramiento medioambiental: asistencia técnica en temas medioambientales.
-

MERCADOS

- Imagen y publicidad: servicios integrados de publicidad, comunicación, imagen e identidad corporativa.
 - Diseño gráfico: diseño gráfico comercial y publicitario, producción editorial y multimedia.
 - Estudios de mercado: investigación de mercados y sondeos de opinión.
 - Asesoramiento en comercio exterior: orientación estratégica, asistencia técnica y apoyo logístico a la exportación e internacionalización de la empresa.
 - Asesoramiento en logística: logística de aprovechamiento y distribución.
-

GESTIÓN

- Organización de empresas: organización de empresas y gestión directa a empresas.
- Asesoramiento económico-financiero: análisis de inversiones y planificación financiera.

- Control de gestión: implantación de técnicas de presupuestación y control presupuestario.
- Planificación estratégica: definición de estrategias corporativas y mecanismos de implantación.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- Implantación de sistemas informáticos: implantación de sistemas informáticos y tecnologías de la información a medida.
- Programación informática: desarrollo de software estándar y aplicaciones a medida.
- Implantación de sistemas telemáticos: implantación de telemando y telecontrol, Internet, intranet, y redes locales.
- Centro de cálculo y bases de datos: gestión de bases de datos y difusión de la información.

ESTUDIOS Y PROYECTOS

- Consultoría territorial y urbanística: ordenación del territorio, urbanismo y cartografía.
- Localización de plantas: asesoramiento en materia de localización de establecimientos empresariales.
- Evaluación/corrección del impacto ambiental: estudios de impacto ambiental, corrección y regeneración del medio ambiente.
- Ingeniería civil e industrial, energía, residuos y edificación: obra civil, ingeniería de planta, investigación minera, planificación y ahorro energético, hidráulica, gestión y tratamiento de residuos, estructuras y edificación.
- Inversiones y estudios de viabilidad: asesoramiento técnico y económico a la inversión, análisis de viabilidad, asesoramiento en fusiones y adquisiciones.
- Estudios socioeconómicos: análisis económico de sectores productivos, desarrollo regional, análisis de políticas públicas y programas europeos.

Fuente: clasificación propuesta por el Instituto de Fomento Andaluz. SERAVAN97.

EVOLUCIÓN SEGUIDA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS

La evolución desde los servicios tradicionales a los actuales servicios a empresas ha venido marcada, fundamentalmente, por factores cuyas raíces se encuentran en hechos y procesos económicos. Pero no es desdeñable la consideración que Rubalcaba y Cuadrado Roura² hacen al respecto, cuando

2 L. RUBALCABA, «Servicios a empresas: marco analítico, magnitud y evolución reciente en Europa», *Economía Industrial*, núm. 313. *Los servicios a empresas en las economías desarrolladas*, 1997, Ministerio de Industria y Energía, pp. 21-43.

J.R. CUADRADO ROURA, «Servicios a empresas: crecimiento, "geografía" inter-industrial y concentración territorial», en F. MANERO y H. PASCUAL (coords.), *Innovación tecnológica, servicios a las empresas y desarrollo territorial*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2005, pp. 55-88.

afirman que algunos cambios organizativos que se vienen produciendo en las empresas (entre ellos la externalización de cierto número de servicios y la implantación de sistemas de producción cada vez más flexibles) han estado influenciados por factores de carácter cultural y social que se vienen produciendo en el comportamiento de la población. La omnipresencia de los servicios como actividad económica ha ido formando una cultura favorable a su aparición y a su uso por otras empresas para poder mejorar su capacidad y calidad productiva. De este modo, las sociedades modernas han asistido al surgimiento, expansión y posterior consolidación de la economía de servicios.

Así pues, respecto a los factores económicos, existen dos argumentos para explicar el fuerte crecimiento del sector servicios: el primero vendría a explicar tal crecimiento a partir del proceso de externalización de dichos servicios por parte de las empresas; el segundo, debido al profundo proceso de transformación de la economía. Aunque se podría afirmar que ambos reflejan fases distintas del desarrollo de estos servicios.

En una primera fase, los servicios van surgiendo por un simple fenómeno de sustitución, en el que las empresas empiezan a adquirir en el mercado servicios que antes producían dentro de su propia organización. Posteriormente, hay un rápido proceso de especialización en la oferta de los servicios a empresas, lo que permite explicar la importancia y el grado de desarrollo al que han llegado en la actualidad estos servicios, constituyéndose en un sector en clara expansión.

FACTORES POTENCIADORES DE SU DESARROLLO

Como se viene repitiendo hasta aquí, las transformaciones del capitalismo avanzado han hecho explícito un nuevo marco de relaciones, mediante la creciente integración de los servicios en el resto de sectores económicos. En consecuencia, la creciente utilización de servicios por parte de las empresas no es más que una forma de respuesta al profundo cambio que ha sufrido el sistema productivo en su conjunto y que ha hecho de ciertos servicios funciones estratégicas para el desarrollo económico.

Los factores que, según la mayoría de autores, han favorecido el crecimiento de la demanda intermedia de servicios a empresas son:

- La externalización de ciertas funciones o procesos productivos, ante la necesidad de convertir costes fijos en costes variables.
- Los cambios experimentados en los mercados donde compiten los productos. El incremento de la competencia obliga a contar con elementos que introduzcan innovación.
- Cada vez resulta más necesario crear productos más sofisticados para buscar mayores nichos de mercado.
- El impacto de la reorganización de las funciones productivas, como resultado de la internacionalización y de la especialización de la economía y del trabajo.
- La necesidad de obtener ganancias de productividad y de mejorar la competitividad de las empresas. Se ha hecho imprescindible buscar los factores de innovación que aportan ciertos servicios.

- Los cambios en el empleo y las cualificaciones del factor humano. Surgen nuevos y específicos requerimientos de conocimientos, creando nuevas divisiones del trabajo y motivando mayor especialización.
- Wood³ también señala el desarrollo de la “economía de la información” como uno de los factores más importantes en la consolidación de los servicios a empresas.
- El aumento de la regulación de la economía por el Estado. Los cambios en la legislación se traducen en una creciente necesidad de asesoramiento y, por tanto, en una mayor demanda de servicios a las empresas.

FUNCIONES QUE DESEMPEÑAN PARA CON LAS EMPRESAS

En coherencia con lo comentado hasta aquí, se puede afirmar que la función general de los servicios a empresas es apoyar e, incluso, liderar el cambio que se viene produciendo en el sistema económico global, pero también responder a las condiciones individuales técnicas, corporativas y de mercado de sus empresas clientes.

Su labor, en estrecha colaboración con las empresas clientes, puede ser una clave importante para los procesos modernos de transmisión del conocimiento y aprendizaje. En otras palabras, contribuyen a la competitividad de otras actividades, primarias, industriales o de servicios, como fuentes de conocimiento especializado, ayudando a la introducción de innovación y al incremento de la calidad.

En definitiva, la reciente y espectacular expansión que ha experimentado el sector de servicios a empresas ha estado estrechamente ligada al valor añadido que éstos aportan a la producción, mediante la mejora de las tradicionales funciones básicas de la empresa, llevada a cabo por los cambios que Cuadrado y Rubalcaba⁴ definen de la siguiente manera:

- Cambios en la dirección de la empresa: servicios de consultoría de gestión, reingenierías, gestión del conocimiento, formación, etc.
- Cambios en la gestión de la producción: servicios de ingeniería que buscan las ventajas de la producción flexible, servicios intensivos en información que mejoran los procesos, servicios de personal, etc.
- Cambios en la gestión del personal: outsourcing, servicios de selección, contratación y motivación de los recursos humanos, etc.

3 P. WOOD, «El crecimiento de los servicios a empresas: implicaciones para estudios de reestructuración económica y desarrollo regional», *Economía Industrial*, núm. 313, *Los servicios a empresas en las economías desarrolladas*, Madrid, Ministerio de Industria y Energía, 1997, pp. 45-57.

4 J.R. CUADRADO ROURA y L. RUBALCABA, *Los servicios a empresas en la industria española*, Madrid, Instituto de Estudios Económicos, 2000.

- Cambios en la gestión del marketing: integración de servicios preventa y posventa, como pueden ser las ferias, estudios de mercado, publicidad, etc.
- Cambios en la gestión financiera: contabilidad, auditoría, servicios financieros auxiliares, etc.
- Cambios en la gestión de la calidad: servicios para la implantación de sistemas de calidad, acreditaciones, servicios medioambientales, etc.
- Cambios en la gestión de los conflictos: servicios legales que atienden los posibles conflictos surgidos por la proliferación del número de contratos, fruto de la externalización y la búsqueda de flexibilidad.
- Cambios en la gestión del tiempo: servicios específicos de informática, comunicaciones o mensajería.
- Cambios en la gestión del espacio: servicios logísticos, alquileres, transporte y comunicaciones.

LOS SERVICIOS A EMPRESAS DENTRO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LOS TERRITORIOS

Tradicionalmente el sector servicios ha sido definido dentro de categorías residuales, ya que como servicios se catalogaba todo aquello que no podía considerarse ni agricultura ni industria manufacturera. Es decir, los servicios, el terciario, era lo opuesto al primario y al secundario.

Del mismo modo que el sector servicios abarca un amplio catálogo de actividades, los servicios a empresas también incluyen una gran diversidad, lo cual complica notablemente el análisis de su aportación real a la estructura productiva general. Actividades tan dispares como publicidad, ingeniería, auditoría, alquiler de vehículos, seguridad, diseño o limpieza, hacen que resulte difícil sacar conclusiones definitivas acerca de su impacto real sobre el nivel y la calidad de la producción de las demás ramas del sistema productivo.

EVOLUCIÓN HACIA UNA ECONOMÍA DE SERVICIOS

El cambio estructural constituye un proceso que ha acompañado inexorablemente al crecimiento de todas las economías más desarrolladas. El retroceso del sector agrario y de la mayor parte de las actividades primarias ha sido una constante en la expansión económica de los países más avanzados. La industria ocupó durante años una posición de liderazgo en su crecimiento, si bien acompañada siempre por la construcción y las actividades de servicios. Pero en las últimas décadas, los servicios han seguido una trayectoria continuamente creciente en la estructura productiva de los países desarrollados.

España no ha sido ninguna excepción. El cambio estructural ha sido uno de los rasgos más característicos del proceso de crecimiento de la economía española que se inició en el primer tercio de los sesenta, cambio que se aceleró desde finales de los setenta y que todavía hoy sigue en curso.

Las actividades de servicios han sido las grandes protagonistas del crecimiento del valor añadido en España en los últimos años. En la tabla siguiente se puede observar cómo, efectivamente, tanto agricultura, industria como construcción experimentan una reducción de su peso en la estructura de valor añadido, en beneficio del sector servicios, que pasa de representar más de un 60% del valor añadido total en 1970, a suponer casi un 66% en el año 2002.

TABLA 1

Estructura sectorial del Valor Añadido Bruto. 1970-2002 (porcentajes)

| AÑO | AGRICULTURA Y PESCA | INDUSTRIA | CONSTRUCCIÓN | SERVICIOS |
|------|---------------------|-----------|--------------|-----------|
| 1970 | 5,7 | 22,7 | 11,2 | 60,4 |
| 1975 | 5,3 | 23,9 | 10,0 | 60,8 |
| 1980 | 5,2 | 24,1 | 7,8 | 62,9 |
| 1985 | 5,0 | 23,2 | 6,8 | 65,0 |
| 1990 | 4,9 | 22,9 | 8,4 | 63,8 |
| 1995 | 4,4 | 22,0 | 7,5 | 66,1 |
| 2000 | 4,3 | 22,6 | 7,9 | 65,2 |
| 2002 | 3,9 | 21,9 | 8,3 | 65,9 |

Fuente: J.R. CUADRADO ROURA, «Servicios a empresas: crecimiento, "geografía" inter-industrial y concentración territorial», en F. MANERO y H. PASCUAL (coords.), *Innovación tecnológica, servicios a las empresas y desarrollo territorial*. Valladolid, Universidad de Valladolid, 2005, p. 61.

Todo ello tiene como traducción inmediata un trasvase del número de empleos y del valor de la producción desde los sectores más tradicionales al sector servicios, haciendo que éstos alcancen un porcentaje de un 65%, tanto del empleo total generado en la economía española, como del valor añadido bruto de las últimas dos décadas.

En las siguientes tablas se muestran los datos que corroboran esta afirmación. Se ha considerado conveniente diferenciar los servicios públicos de los privados para analizar cómo han evolucionado cada uno de ellos por separado. El importante papel jugado por el Estado del Bienestar, que supuso un fuerte incremento de los servicios públicos en lo que respecta al empleo y al valor añadido bruto generados, no obsta para que se reconozca el verdadero peso y la creciente evolución que han experimentado los servicios privados en estos últimos años.

Como se desprende de estas mismas tablas, el empleo en el sector de servicios privados experimenta una evolución positiva. Su participación en la generación de empleo supera a la de todos los sectores de la economía y experimenta un nada desdeñable crecimiento, pues pasa de un 44%, en 1996, a un 47%, en 2005.

TABLA 2

Empleos asalariados según sector productivo. 1996-2005 (porcentajes)

| SECTORES | 1996 | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Agricultura | 3,28% | 3,33% | 3,21% | 3,17% | 3,59% | 3,55% |
| Pesca marítima | 0,58% | 0,52% | 0,43% | 0,38% | 0,36% | 0,35% |
| Energía y agua | 1,23% | 1,12% | 1,01% | 0,96% | 0,89% | 0,86% |
| Industria | 20,39% | 20,94% | 20,32% | 20,20% | 19,51% | 18,84% |
| Construcción | 9,44% | 9,85% | 10,94% | 11,57% | 11,26% | 11,15% |
| Servicios privados | 44,12% | 44,10% | 45,10% | 45,00% | 45,59% | 47,00% |
| Servicios públicos | 20,96% | 20,14% | 18,99% | 18,71% | 18,79% | 18,24% |

Fuente: elaboración propia a partir de J. ALCAIDE y P. ALCAIDE, *Balances económicos regionales (autonomías y provincias). Años 1995 a 2002 y 2000 a 2005*, Madrid, FUNCAS, 2003 y 2006.

Otro tanto sucede en lo que respecta al valor añadido bruto. El peso que representa el sector de servicios privados en la generación de valor añadido total es algo mayor, situándose en poco más de la mitad de toda la producción en 1996. No obstante, este porcentaje todavía evoluciona de manera positiva a lo largo de esta década, llegando hasta el 54% en el año 2005.

TABLA 3

Valor Añadido Bruto según sector productivo. 1996-2005 (porcentajes)

| SECTORES | 1996 | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Agricultura | 4,77% | 4,59% | 4,41% | 4,24% | 3,97% | 3,77% |
| Pesca marítima | 0,33% | 0,30% | 0,24% | 0,21% | 0,19% | 0,19% |
| Energía y agua | 3,70% | 3,44% | 3,14% | 2,98% | 2,88% | 2,86% |
| Industria | 18,56% | 18,72% | 18,16% | 17,45% | 17,04% | 16,52% |
| Construcción | 7,57% | 7,73% | 9,04% | 9,60% | 10,11% | 10,76% |
| Servicios privados | 52,21% | 52,78% | 52,93% | 53,55% | 53,80% | 53,99% |
| Servicios públicos | 12,85% | 12,43% | 12,07% | 11,97% | 12,00% | 11,90% |

Fuente: elaboración propia a partir de J. ALCAIDE y P. ALCAIDE, *Balances económicos regionales (autonomías y provincias). Años 1995 a 2002 y 2000 a 2005*, Madrid, FUNCAS, 2003 y 2006.

De la misma manera que las actividades de servicios incrementan su importancia en el conjunto del empleo y del valor añadido, las actividades enmarcadas dentro del subsector de servicios a empresas también han experimentado una evolución pareja. Tras este comportamiento está la búsqueda de las ventajas que proporciona la división del trabajo, especialmente relevante en aquellos servicios que tienen mayores requerimientos de tecnología y formación del personal, como es el caso de los servicios avanzados a las empresas. El desarrollo de los servicios a empresas puede entenderse, por lo tanto, como un largo proceso histórico: corresponde a un lento movimiento de división del trabajo y de aparición de nuevas funciones que deben ser definidas.

Los datos de la tabla 4 vienen a constatar su paulatina introducción, así como la relevancia que los servicios a empresas están alcanzando dentro de la estructura productiva española. El número de locales dedicados a servicios a empresas se incrementa en un 77,09% entre 1999 y 2007, mientras el total de servicios lo hace tan solo en un 27,11%. Ello explica también que la porción de locales de servicios a empresas experimente una evolución positiva y pase a representar, cada vez, un porcentaje mayor dentro de la estructura productiva española, incrementándose de un 16%, en 1999, a un 22% en el año 2007.

TABLA 4

Número de locales por actividad económica. 1999-2007 (porcentajes)

| | 1999 | 2001 | 2003 | 2005 | 2007 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Total servicios | 80,66% | 79,64% | 79,17% | 79,18% | 78,92% |
| Servicios a empresas* | 16,15% | 17,00% | 18,08% | 19,69% | 22,02% |

* Se consideran servicios a empresas aquellas actividades comprendidas en los códigos del 70 al 74 del CNAE 93.

Fuente: elaboración propia a partir del *Directorio Central de Empresas*, INE. www.ine.es [Consulta en línea, agosto de 2008].

El trasfondo de todas estas cifras demuestra la importancia que están adquiriendo los servicios a empresas dentro de la estructura productiva nacional. El incremento del número de locales no responde más que al incremento de la demanda generada ya en otros sectores, ya en el propio sector de servicios. El grado de integración que genera con otros sectores económicos es la característica más significativa de los servicios a empresas y es, por tanto, la razón de la relevancia que están alcanzando y de su consolidación dentro de la estructura productiva general.

En definitiva, se trata del sector con mayor crecimiento, tanto absoluto como relativo, en los últimos veinte años, por lo que de manera directa contribuye al crecimiento de la economía general, con su participación porcentual en la generación de empleo y valor añadido. Pero también, de manera indirecta, ha contribuido mediante las mejoras y el incremento de competitividad que producen en el resto de sectores que los contratan.

Localización

Es incuestionable que la primera decisión estratégica de una empresa es la elección del lugar donde ubicarse para realizar su actividad. En general, la evolución del desarrollo económico ha demostrado que las actividades terciarias tienen una clara vocación urbana. Desde sus orígenes más lejanos han tendido a concentrarse en las principales áreas metropolitanas, para atender las demandas de la concentración industrial y humana.

No obstante, como se ha puesto de manifiesto a partir de diversos estudios empíricos en diferentes regiones, son los servicios a empresas, y especialmente los servicios avanzados, los que han seguido un marcado factor de localización y han mostrado un mayor grado de concentración en los principales núcleos urbanos.

Así, uno de los rasgos que caracterizan a los servicios a empresas es su desigual localización en el territorio. Éste es un hecho común a todos los países más desarrollados y que también se hace patente en el caso español: donde, en términos de empleo, la Comunidad de Madrid ocupa una posición absolutamente destacada, con más de un 21% de los ocupados dedicados a la prestación de servicios a empresas; seguida de Cataluña, con casi un 14%, y el País Vasco, con un 12,6% del empleo total, como se desprende de la tabla 5.

TABLA 5

Empleo generado, por comunidades autónomas, 2007 (porcentajes)

| COMUNIDAD AUTÓNOMA | TOTAL SERVICIOS | SERVICIOS A EMPRESAS | COMUNIDAD AUTÓNOMA | TOTAL SERVICIOS | SERVICIOS A EMPRESAS |
|----------------------|-----------------|----------------------|--------------------|-----------------|----------------------|
| Andalucía | 66,9 | 10,5 | Extremadura | 63,1 | 7,5 |
| Aragón | 61,8 | 10,5 | Galicia | 60,8 | 8,9 |
| Asturias | 66,4 | 10,7 | La Rioja | 56,3 | 9,3 |
| Baleares | 72,4 | 10,9 | Madrid | 77,7 | 21,4 |
| Canarias | 75,1 | 9,4 | Murcia | 57,5 | 9,6 |
| Cantabria | 65,0 | 9,7 | Navarra | 58,1 | 9,4 |
| Castilla-La Mancha | 58,8 | 8,4 | País Vasco | 64,9 | 12,6 |
| Castilla y León | 62,2 | 9,4 | Ceuta* | 88,3 | 9,5 |
| Cataluña | 63,6 | 13,7 | Melilla* | 93,0 | 11,0 |
| Comunidad Valenciana | 61,9 | 10,2 | España | 66,2 | 12,4 |

* Los resultados de Ceuta y Melilla deben tomarse con precaución porque pueden estar afectados por grandes errores de muestreo.

Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta de Población Activa. Ocupados por rama de actividad y comunidad autónoma. INE.

www.ine.es [Consulta en línea, julio de 2008].

Es llamativo y digno de mención que en la actividad de servicios a empresas la media española representa, para el año 2007, un 12,4% del empleo total, aunque tan sólo tres comunidades autónomas sobrepasan esta cifra (la Comunidad de Madrid con gran diferencia) y el resto (Aragón entre ellas) quedan a una distancia considerable de esta cifra media. Con ello se pone en evidencia el elevado grado de concentración del subsector servicios a empresas en España, haciendo que las comunidades autónomas económicamente más desarrolladas sean también las comunidades donde se ubica mayor número de establecimientos de servicios a empresas, y donde éstos son de mayor tamaño y emplean a más trabajadores.

Los factores que, en la actualidad, están influyendo para la localización de empresas de servicios en un determinado territorio son:

- Importantes economías de aglomeración. Las posibilidades ofrecidas por el ambiente externo, como por ejemplo una mayor accesibilidad a los principales factores de producción, una mejor disponibilidad de infraestructuras, una mayor circulación de información y conocimientos, una mayor posibilidad de funcionar en forma de red con otros servicios para constituir una oferta diversificada, hacen de los grandes centros urbanos un polo de atracción para los servicios a empresas.
- Proximidad de los usuarios de los servicios ofertados. La proximidad al mercado que solicita estos servicios es uno de los factores que resultan más influyentes. Facilita una mayor interacción entre oferente y demandante. No obstante, este requerimiento básico de proximidad va reduciéndose debido al desarrollo de los transportes y de las telecomunicaciones.
- Proximidad de las fuentes de información y conocimiento. La razón de ser y el gran valor añadido que aportan los servicios es el de estar bien informados y poseer un conocimiento específico que se pueda ofrecer a la empresa cliente.
- Reclutamiento de personal cualificado. El crecimiento de estos servicios ha estado vinculado a la acumulación de formación y experiencia, de ahí que la existencia de profesionales cualificados sea de una importancia decisiva.
- Organización jerárquica de las grandes empresas multilocalizadas. En este tipo de empresa se produce una división espacial del trabajo que descentraliza y desplaza a la periferia las producciones más estandarizadas, y concentra las producciones más innovadoras en áreas metropolitanas.
- Existencia de empresas de servicios a empresas. Los servicios a empresas constituyen un elemento fundamental de un entorno favorable para las empresas ya localizadas y un factor de atracción para la localización de nuevas empresas y actividades en un territorio.
- Sueldos bajos y locales baratos. Estos factores se mencionan en algunos estudios como influyentes, pero para casi todos los servicios a empresas tienen claramente una importancia secundaria.

Es indudable cómo la concentración espacial de los servicios a empresas, en general, y de los servicios avanzados, en particular, comporta efectos directos e indirectos importantes para las economías territoriales. De forma directa, hay que referirse a los impactos positivos que los servicios ejercen

sobre la producción y el empleo en el territorio; de forma indirecta, es necesario señalar la capacidad de arrastre –por la importante transferencia de conocimiento e innovación– que suelen desarrollar para otras actividades. De modo que el desigual reparto de la oferta de servicios explica que sus efectos sean particularmente importantes en unas regiones, mientras que apenas existen en otras.

En conclusión, la existencia de un tejido local de empresas de servicios a otras empresas, denso y diversificado, es un elemento de desarrollo territorial, especialmente para las PYME. Gracias a él se puede generar en el territorio un núcleo de iniciativas endógenas que teja redes de pequeñas y medianas empresas que mantengan entre sí relaciones intensas de competencia y cooperación, lo cual da lugar a la generación de economías externas a las empresas, pero internas al sistema productivo local. Del mismo modo, la existencia local de servicios a empresas permite limitar la demanda extrarregional, y permite una mayor capacidad local y un control superior del proceso de innovación y modernización, y, en definitiva, de desarrollo territorial.

ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA TUROLENSE

Frente al comportamiento de la estructura productiva observado a nivel nacional, en el caso de la provincia de Teruel se destacan notables diferencias. Claramente se puede afirmar que la estructura económica provincial no ha experimentado la transformación que los procesos paralelos de industrialización y urbanización han traído consigo en otros territorios.

El éxodo de habitantes por el que se abandonó el medio rural no sirvió para que la capital o los núcleos provinciales más destacados fueran elegidos como lugar de residencia. Su reducido tamaño y la estrecha actividad económica que éstos generaban no resultaron suficientemente atractivos, desviando la población hacia núcleos urbanos de mayor envergadura. La baja densidad de población provincial no fomentó una oferta de servicios más amplia y diversificada, tal y como sí estaba sucediendo en otros espacios de mayor concentración humana.

En las regiones de baja densidad de población solamente las ciudades están en condiciones de ofrecer un determinado nivel de infraestructuras y servicios y de atraer mayor actividad económica, pero en el caso turolense estos núcleos urbanos no han existido, de modo que se han tenido que buscar en otras ciudades fuera de la provincia.

En un territorio con las características del de Teruel, la existencia de algunas ciudades medias podría haber desempeñado un papel particular en la conservación de la estructura de asentamientos, ya que hubiera albergado el germen del tránsito desde el sistema territorial rural a otro urbano. En cambio, si en la actualidad la capital no puede incluirse en la categoría de ciudad media por su reducido número de habitantes, tampoco puede hacerlo por la falta de funciones especializadas: la base de actividades económicas es excesivamente estrecha, y sólo se beneficia del aparato administrativo provincial y de la atracción que ejerce sobre pequeños núcleos de población cercanos.

Fruto de este sistema territorial esencialmente rural, la actividad económica en la provincia de Teruel ha estado tradicionalmente ligada al sector primario, a través de la producción agraria y la extracción minera. Numerosos autores destacan cómo la especialización en estas dos actividades ha sido la que ha determinado el rumbo seguido por la economía provincial.

TABLA 6

Empleos asalariados según sector productivo 1996-2005 (porcentajes)

| SECTORES | 1996 | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Agricultura | 3,91% | 4,33% | 4,39% | 4,48% | 4,33% | 4,32% |
| Energía y agua | 9,03% | 8,25% | 7,39% | 7,00% | 6,41% | 6,28% |
| Industria | 19,53% | 20,30% | 20,48% | 20,31% | 18,75% | 18,44% |
| Construcción | 11,87% | 12,82% | 14,59% | 14,48% | 13,91% | 14,15% |
| Total servicios | 55,65% | 54,30% | 53,16% | 53,73% | 56,59% | 56,81% |
| Servicios privados | 27,88% | 27,10% | 26,90% | 27,44% | 29,98% | 30,33% |
| Servicios públicos | 27,78% | 27,20% | 26,26% | 26,29% | 26,61% | 26,48% |

Fuente: elaboración propia a partir de J. ALCAIDE y P. ALCAIDE, *Balance económico regional (autonomías y provincias). Años 1995 a 2002 y 2000 a 2005*, Madrid, FUNCAS, 2003 y 2006.

Los datos de las tablas de empleo asalariado y valor añadido bruto según sector productivo, referentes a la última década, pueden servir para corroborar la argumentación anterior. Estos datos también permitirán establecer una comparación con lo que se ha visto hasta aquí, en lo concerniente a la evolución de la estructura productiva española.

TABLA 7

Valor Añadido Bruto según sector productivo. 1996-2005 (porcentajes)

| SECTORES | 1996 | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Agricultura | 10,64% | 10,48% | 9,45% | 9,01% | 9,15% | 8,84% |
| Energía y agua | 18,26% | 16,47% | 14,64% | 14,72% | 15,87% | 15,86% |
| Industria | 14,62% | 15,01% | 15,48% | 15,54% | 17,03% | 16,52% |
| Construcción | 8,48% | 8,72% | 9,98% | 10,44% | 12,38% | 13,07% |
| Total servicios | 48,07% | 49,32% | 50,40% | 50,33% | 45,58% | 45,71% |
| Servicios privados | 35,55% | 37,13% | 38,48% | 37,93% | 32,32% | 32,45% |
| Servicios públicos | 12,51% | 12,19% | 11,92% | 12,40% | 13,26% | 13,26% |

Fuente: elaboración propia a partir de J. ALCAIDE y P. ALCAIDE, *Balance económico regional (autonomías y provincias). Años 1995 a 2002 y 2000 a 2005*, Madrid, FUNCAS, 2003 y 2006.

A pesar del considerable peso del sector primario, y al igual que en otras provincias españolas, en Teruel se ha producido una disminución paulatina de la importancia económica de la agricultura, tanto en términos de empleo como de contribución a la producción local. Las cifras de la tabla anterior lo demuestran, pues recogen un descenso de su participación en la producción total. Sin embargo, ello no obsta para que, como también se observa en la tabla anterior, el peso de la agricultura dentro de la producción provincial sea todavía muy alto, un 8,84% en 2005, sobre todo si se compara con el peso que representa para la media española, un 3,77%, tal y como se constató en las tablas incluidas al principio de este capítulo.

Del mismo modo, es llamativa la elevada participación de la extracción de minerales y la producción energética, especialmente el porcentaje que representa: un 15,86%, en contraste con el 2,86% que indicaban los datos de España, ambos referidos al año 2005.

Sin embargo, es curiosa la coincidencia que se da en cuanto a la participación de la industria en el valor añadido total para ambos casos. Tanto en la provincia de Teruel como en las cifras reseñadas para España, el porcentaje que representa el sector industrial es de un 16,52%. Aunque el empleo generado en la industria no ha tenido un aumento llamativo entre los años 1996 y 2005, su valor añadido sí se ha incrementado considerablemente, y también su participación dentro de la producción de todos los sectores económicos.

En lo concerniente al sector que nos interesa, el de servicios, es importante destacar cómo en la provincia de Teruel supone un porcentaje menor al que representa a nivel nacional: mientras en el territorio turolense es de tan sólo un 45,71%, en España alcanza el 65,89% en 2005. Pero en este punto es conveniente hacer una matización que aporta una información reveladora. Y es que prácticamente toda esta diferencia se da en los servicios privados, ya que el peso que éstos constituyen es en Teruel del 32,45% del valor añadido bruto total, frente al 53,99% español. La participación de los servicios públicos, en cambio, es algo mayor en Teruel, de un 13,26%, frente al 11,90% de España.

No puede decirse lo mismo en cuanto al empleo generado por el sector. Los servicios privados han incrementado paulatinamente el número de trabajadores contratados, lo que ha llevado a que en el año 2005 su participación en el empleo total generado haya ascendido a más del 30%, pese a que todavía queda muy lejos del 47% que se observaba a nivel nacional. Tampoco esta tendencia positiva ha seguido el mismo ritmo que en el caso español: mientras que entre 1996 y 2005 el empleo en servicios creció en la provincia un 30,9%, en España este incremento fue del 41%.

En resumen, con todo ello se pone en evidencia que, efectivamente, la estructura productiva provincial no ha experimentado, ni experimenta, la misma evolución que la observada en el ámbito nacional. Eso significa que en el momento actual la estructura económica del territorio turolense muestra graves diferencias en relación con la estructura que se perfila en el español y en el del resto de economías desarrolladas: la nuestra, con mayor peso del sector primario en detrimento del sector servicios, es decir, una economía con un perfil eminentemente rural, que se define como una estructura productiva inadecuada para aprovechar las oportunidades de crecimiento futuro, que sí permitiría una economía aún más volcada en el sector servicios, y en concreto en los servicios más avanzados.

Así, la estructura económica de la provincia afronta dos graves problemas: el primero está vinculado a la propia estructura productiva, muy centrada en el sector primario y con una débil diversificación; el segundo problema hunde sus raíces en la estructura territorial y afecta, sobre todo, a zonas muy marginadas de montaña, de difícil acceso y prácticamente nulas economías de escala, donde las posibilidades de diversificación económica son extremadamente limitadas.

Ante estos problemas, se puede destacar el papel que la Política Agraria Común ha jugado durante las últimas décadas en el desarrollo de las áreas rurales, y destaca también el gradual, pero constante, cambio de enfoque desde una política puramente agrícola a otra más integrada, unida al redescubrimiento y potenciación de la multifuncionalidad del medio rural. Como el enfoque basado en el sector primario está llamado a desaparecer, se ha tratado de promover mayor diversificación en las actividades productivas, intentando fomentar iniciativas industriales y de servicios (selvicultura, industria agroalimentaria, servicios a la población, turismo rural y algunos servicios tradicionales a empresas), pero se puede afirmar que las actividades de servicios a empresas no tienen todavía la presencia suficiente en el territorio provincial, y el escaso número de locales que los prestan están ubicados en los núcleos de mayor envergadura, Teruel y Alcañiz. Lamentablemente, no existen datos de locales por actividad a nivel municipal. Ello permitiría dibujar un mapa en el que se configurara cuál es su distribución en el territorio. Sin embargo, si se hace tal afirmación es porque, como se ha visto anteriormente, la localización de los servicios a empresas se decide, en la mayoría de los casos, en función de los núcleos mayores de población.

Así, solo es posible aportar datos a nivel provincial. En la tabla 8 aparecen datos de la evolución que han seguido los locales de servicios y de servicios a empresas a lo largo de los años 1999 a 2007 en la provincia de Teruel, tanto en números absolutos como en términos relativos, en cuanto a su participación dentro del total de locales.

Efectivamente, el número de locales que se dedican a prestar servicios a otras empresas ha dibujado una evolución positiva a lo largo de estos años, en concreto se ha incrementado en un 66,52% entre el primer y el último año. Este hecho, que pudiera resultar positivo, se empaña si lo comparamos con el incremento que experimentan estas mismas actividades en el territorio nacional, un 77,09%. También es menor el peso que han tenido los locales de servicios a empresas en Teruel en cada uno de estos años si se compara en referencia a España, por ejemplo, en 2007, este peso es del 13,29% en la provincia de Teruel, mientras que supone un 22% en el caso de España.

En definitiva, estos datos dejan entrever cómo los servicios a empresas no han experimentado en la provincia de Teruel el importante crecimiento que sí han tenido en España. Por tanto, en toda la provincia se hace necesario buscar la diversificación de la economía rural con el fin de evitar una excesiva dependencia respecto a estructuras unisectoriales y crear oportunidades de empleo estable.

Lo que el análisis anterior muestra y permite concluir es que la estructura productiva turolense no ha sabido, o no ha podido, adaptarse a las nuevas exigencias de la economía global, quedando rezagado respecto a las estructuras económicas de otras provincias españolas.

TABLA 8
Locales por actividad económica⁵, 1999-2007 (porcentajes)

| | 1999 | 2001 | 2003 | 2005 | 2007 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Total servicios | 71,62% | 70,61% | 70,17% | 70,41% | 70,17% |
| Servicios a empresas | 9,41% | 9,73% | 10,26% | 11,39% | 13,29% |
| 70 Actividades inmobiliarias | 0,98% | 1,14% | 1,47% | 2,34% | 3,84% |
| 71 Alquiler maquinaria y equipo sin operario, efec. person. y enseres domésticos | 0,82% | 0,88% | 0,86% | 0,93% | 0,88% |
| 72 Actividades informáticas | 0,36% | 0,41% | 0,52% | 0,59% | 0,65% |
| 73 Investigación y desarrollo | 0,21% | 0,23% | 0,24% | 0,26% | 0,29% |
| 74 Otras actividades empresariales | 7,04% | 7,06% | 7,17% | 7,28% | 7,64% |

Fuente: elaboración propia a partir del *Directorio Central de Empresas*, INE, www.ine.es [consulta en línea, agosto de 2008].

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS A EMPRESAS

Dado lo expuesto en el apartado precedente, resulta interesante para el objetivo de este estudio aportar algunas ideas y elementos empíricos que, provenientes de la realidad cotidiana de las empresas demandantes, informen sobre la función que los servicios a las empresas vienen desempeñando para ayudar a sus actividades productivas.

El estudio de los servicios a empresas desde la óptica de la demanda tiene un especial interés, ya que permite analizar si esta demanda está o no satisfecha y, en este último caso, las posibilidades que la demanda puede representar para la instalación de potenciales empresas de servicios.

Para la búsqueda de información con la que realizar este análisis se ha optado por la elaboración de cincuenta⁶ encuestas, dirigidas a potenciales empresas demandantes. El objeto de estas encues-

5 Se ha tomado la categoría de 'locales' en lugar de la de 'empresa' debido a que la primera contaba con información desagregada por actividad económica, mientras la segunda sólo proporcionaba información acerca del número total de empresas. La unidad 'local' corresponde a una empresa, o parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta y desde la cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

6 En un principio se tenía previsto hacer 100 encuestas, que era la muestra con la que se pretendía que las respuestas aportadas tuvieran representatividad, teniendo en cuenta que en la provincia existen aproximadamente 9.000 empresas y se buscaba un grado de confianza del 68%. Sin embargo, con la propia realización de la encuesta se fue constatando la coincidencia en las respuestas, lo que sugirió dejar de hacerlas, ya que un mayor número de estas encuestas no llevaba obligatoriamente a mayor información en las respuestas.

tas era conocer de primera mano qué servicios se demandan en la provincia de Teruel, de dónde son las empresas que los ofrecen, y cuál es la valoración respecto del trabajo que realizan. Así, la principal ventaja que representaba el uso de datos a nivel microeconómico residía en el conocimiento de los motivos propios de cada empresa a la hora de utilizar determinadas categorías de servicios y la valoración particular que se hace de éstos. Para la realización de estas encuestas se ha utilizado un muestreo aleatorio por estratos, teniendo en cuenta que se debían considerar las diez comarcas de la provincia como categorías diferentes, de modo tal que hubiera representación de todas y cada una de estas comarcas en el muestreo realizado. Dentro de ellas, se ha intentado que la distribución de la muestra fuera por afijación proporcional, esto es, de acuerdo con el tamaño de la población en cada estrato, o lo que es lo mismo, de acuerdo con el número de empresas en cada comarca. Sin embargo, esto no ha sido posible y ha debido hacerse de una manera intuitiva, ya que no se contaba con el dato estadístico de número de empresas por comarca, de tal forma que el número de encuestas ha sido mayor en la Comarca Comunidad de Teruel y la Comarca del Bajo Aragón, teniendo en cuenta que aquí están los núcleos de población de mayor tamaño, y en el resto de comarcas se ha distribuido considerando el volumen de habitantes.

A la hora de elaborar las encuestas (Anexo I) se ha tenido presente la necesidad de que recogieran todas y cada una de las variables que se consideran más significativas en la decisión de demanda de servicios. Así, en el planteamiento de las encuestas hay una primera parte de caracterización de la empresa encuestada, y una segunda de caracterización del servicio contratado. De este modo, se consigue mayor información, ya que se puede hacer una correlación entre, de un lado, las características de las empresas y, del otro, los servicios que contratan y la valoración que hacen de ellos.

La consulta a trabajos de diversos autores, junto a cierto conocimiento sobre la lógica empresarial, ha permitido identificar los principales factores que determinan las decisiones de demanda de servicios en las empresas. Estos factores se pueden clasificar en dos vertientes claras de diferenciación: por un lado, estarían los determinantes internos de las empresas, es decir, las características microeconómicas que conducen a la empresa a adquirir o no servicios, es decir, el patrón de externalización de servicios; y, por el otro lado, estarían los elementos que caracterizan el entorno en el que opera esta empresa, que obligan a tener en cuenta su ámbito geográfico de actuación, el número de competidores o las perspectivas expansionistas del mercado.

1. Patrones internos de externalización de servicios

- Edad de la empresa
- El tamaño de la empresa
- La actividad a la que se dedica la empresa
- La organización interna de la empresa
- El ámbito en el que opera la empresa
- La valoración respecto a servicios prestados con anterioridad

2. Factores del entorno en el que opera la empresa

- La oferta de empresas de servicios a empresas
- La cultura de externalización en las empresas del entorno

Con el análisis de las encuestas se trata de extrapolar los datos obtenidos para definir la demanda provincial de servicios a empresas y contrastar, así, la hipótesis de este trabajo, por la que se detecta un círculo perverso formado por bajos niveles de demanda, que no incentivan la ampliación de una oferta reducida, que a su vez no resulta atractiva para despertar nuevas demandas.

LA DEMANDA DE SERVICIOS A EMPRESAS EN LA PROVINCIA DE TERUEL

De las respuestas obtenidas en las encuestas se puede extraer una aproximación de cuáles son los servicios más demandados por las empresas turolenses. Es llamativo el hecho de que no existe demanda alguna para muchos de los servicios avanzados que sí tienen demanda en otros lugares de España; y en concreto esto ocurre para servicios referidos al ámbito de la producción (como diseño industrial, métodos de mejora de la productividad, estudios de costes, etc.), de la gestión (como servicios de organización de empresas o planificación estratégica), y servicios oferentes de estudios y proyectos (esto es, servicios de consultoría territorial y urbanística, asesoramiento de localización de establecimientos, estudios de viabilidad e inversiones o estudios socioeconómicos).

Una parte de la demanda de servicios avanzados se centra, entonces, en el ámbito de los recursos humanos, ya que casi la mitad de las empresas encuestadas (un 47%) contrata servicios de prevención de riesgos laborales, y además de una manera asidua. Sin embargo, ninguna empresa señaló que contratara servicios de selección y evaluación de trabajadores y sólo un 19% contrataba, de forma ocasional, algún tipo de formación para directivos o empleados.

En cuanto a los servicios dedicados a facilitar el análisis y la introducción en los mercados, hay que destacar que las únicas actividades contratadas son aquellas de diseño gráfico, un 13% de las empresas encuestadas, y de publicidad, un 40%. Ambas actividades se contratan de forma ocasional, la primera se utiliza básicamente para dotar a la empresa de una imagen corporativa o modificar la existente, y la segunda, la publicidad, busca promocionar la actividad que realiza la empresa, usando para ello distintos soportes (entre los más utilizados, distintas guías telefónicas o los programas de fiestas de las respectivas localidades).

Las empresas que ofrecen servicios en el área de la información y las telecomunicaciones sí han conseguido cierta demanda entre las empresas turolenses. El 34% de estas últimas manifestó que en algún momento habían contratado la compra de algún programa informático general o la realización personalizada de algún programa específico. Del mismo modo, casi la mitad de las empresas encuestadas, un 47%, tiene contratado algún tipo de mantenimiento de sus equipos informáticos. Aunque a este respecto es interesante señalar que hubo alguna empresa, localizada en municipios de las sierras turolenses, que apuntó la dificultad para conseguir que empresas de servicios informáticos atendieran su demanda.

De aquellos servicios considerados como tradicionales, la asesoría fiscal, laboral y contable son los que acaparan mayor demanda. Un 91% de las empresas consultadas manifestó que contrataban estos servicios de forma continuada, buscando la seguridad que ofrece dejar estos asuntos en manos de profesionales con la formación y el conocimiento necesarios.

La vigilancia (fundamentalmente a través de la instalación de sistemas de alarmas), el transporte de mercancías y la limpieza son los servicios demandados que siguen en importancia, ya que respectivamente un 28, un 26 y un 23% de las empresas encuestadas contratan estos servicios a otras empresas. No obstante, aquí es conveniente hacer una puntualización, y es que algunas empresas señalaron que se volvía a internalizar el servicio de limpieza dentro de la estructura productiva de la empresa, aduciendo que éste es un servicio que no requiere de elevado conocimiento y en momentos como el que se está viviendo, de menor actividad económica, los propios trabajadores pueden realizarlo contribuyendo a reducir costes.

En síntesis, de todos estos datos se puede extraer que las empresas turolenses contratan a otras empresas, mayoritariamente, servicios tradicionales de asesoría, que permiten externalizar fuera de la empresa tareas de gestión cotidiana para las que se requiere de unos conocimientos con los que la empresa en cuestión no cuenta. Como demanda de servicios avanzados sólo cabría resaltar aquella concerniente al área de sistemas de información, esto es, aplicaciones informáticas y mantenimiento de equipos, ya que los porcentajes de demanda pueden considerarse nada desdeñables. Quizás sea en exceso aventurado atribuir una justificación al hecho de que existe en Teruel una Escuela Universitaria Politécnica, en la que se imparten las titulaciones de Ingeniería Técnica en Informática de Gestión e Ingeniería Técnica en Telecomunicaciones, así como Institutos de Enseñanza Secundaria con Formación Profesional en Sistemas Informáticos y Desarrollo de Aplicaciones Informáticas, en grado medio y grado superior; sin embargo, esto puede tener su parte de razón, ya que esta oferta formativa ha podido generar una importante cantera de profesionales que, a su vez, han posibilitado que el conocimiento y los nuevos desarrollos en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) estuvieran más cercanos y accesibles a las empresas del territorio turolense. En estos últimos años han proliferado las empresas que ofrecen estos servicios y, qué duda cabe, ello ha desencadenado una sinergia con otras acciones de fomento de las TIC que, seguro, son quienes han logrado impulsar la demanda.

Atendiendo a la localización de las empresas que prestan los servicios demandados, los resultados obtenidos desvelan que el 26% de las empresas consultadas contratan a otras empresas ubicadas dentro de la misma localidad (como era de esperar, estas empresas demandantes coinciden con aquellas ubicadas en los núcleos de población mayores, donde la presencia de empresas de servicios es superior); el 39% de las empresas demandantes lo hace a empresas de la propia provincia de Teruel (normalmente estas empresas demandantes pertenecen a pequeños núcleos de población donde no existen empresas de servicios, de modo que exigen buscarlas en cabeceras comarcales o en la capital de la provincia); el 30% de las empresas turolenses debe buscar sus servicios más significativos en empresas de provincias cercanas (es necesario aclarar que, en muchos casos, estas empresas demandantes están ubicadas en municipios lindantes con otras provincias, lo que lleva a que les resulte más cómodo contratar con empresas pertenecientes a estas provincias); y un 5% de las empresas consultadas se ven en la necesidad de contratar la prestación de servicios con otras

empresas ubicadas en provincias lejanas (estas empresas manifiestan la imposibilidad de encontrar ciertos servicios específicos en el ámbito más inmediato, de modo que deben buscarlos allí donde están localizados, aunque ello suponga una distancia considerable con el proveedor). El requisito de proximidad entre las empresas oferentes y las demandantes puede condicionar de manera importante la predisposición hacia el uso de servicios. Como se desprende de los datos aportados, el 74% de las empresas deben contratar servicios que no están en la misma localidad y eso supone, en cierto sentido, una cortapisa para el acceso a los servicios desde el punto de vista físico y territorial.

No obstante, a pesar del escaso porcentaje de empresas consultadas que tienen cercanía y accesibilidad a las empresas que les prestan servicio, y al contrario de lo que cabría suponer, cuando se les pregunta el motivo para no contratar otros servicios la respuesta es, en un 90%, porque no los necesitan. Indican que su reducido tamaño y sus sencillas estructuras organizativas no requieren de mayor número de servicios externos, y sostienen que, en el caso de necesitarlos, no tienen problema en buscar los servicios que mejor se adecuen a las exigencias de cada momento, aunque eso suponga tener que salvar considerables distancias. El 4% de las empresas responde que su elevado coste resulta disuasorio en el momento de buscar nuevos servicios (incidiendo también en su pequeño tamaño para afrontar este coste) y solo un 6% alude como motivo principal el desconocimiento de la variedad de servicios que, en general, se ofrecen.

Desde el inicio de este análisis se ha venido considerando que una causa de peso para justificar la escasa demanda observada podría ser el desconocimiento, por parte de las empresas, de la oferta de servicios existente. Las respuestas aportadas no confirman, precisamente, esta idea, pero cabría preguntarse si las empresas turolenses verdaderamente conocen, no solo la oferta existente en la provincia, sino el amplio abanico de servicios que actualmente se despliega ante las nuevas necesidades empresariales. Podría suceder que las empresas turolenses no fueran plenamente conscientes de su desconocimiento, ya que la excesiva concentración de las empresas de servicios a empresas en las grandes ciudades españolas no siempre permite que se difunda, en todo el tejido empresarial y a lo largo de la extensa geografía nacional, sus posibilidades para la introducción de innovación. Podría darse, por tanto, un problema de información entre oferta y demanda.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DEMANDANTES DE SERVICIOS

Hecha esta puntualización, sí cabe atender a la razón que esgrimen las empresas turolenses para justificar la débil demanda de servicios: su pequeño tamaño. Efectivamente, de las cincuenta empresas encuestadas, tan solo una se considera mediana empresa, dos son pequeñas empresas y 42 tienen la consideración de microempresas⁷. Las empresas más pequeñas son las que sufren las

7 Según la definición del tamaño empresarial, que en 2005 hace la Comisión Europea, en función del número de trabajadores, se consideran microempresas aquellas que tienen entre uno y diez trabajadores; pequeñas empresas las que tienen entre 11 y 49; y medianas las que tienen una plantilla entre 50 y 249 trabajadores.

mayores dificultades en la utilización de los servicios a empresas, ya que, dado su escaso tamaño, les resulta difícil valorar las posibilidades que brinda el mercado y acceder a la oferta más conveniente. Las pequeñas empresas suelen contratar únicamente servicios estandarizados con el objeto de reducir costes. Estudios realizados en este terreno revelan que estas empresas condicionan su demanda de servicios al coste, más que a la calidad.

Así, a pesar de que el tamaño de la empresa puede ser la variable que más influencia tenga en el patrón de externalización de servicios de las empresas turolenses, es interesante analizar el papel que está jugando el resto de variables.

En cuanto a la edad de la empresa, se puede afirmar que la mayor parte de las empresas consultadas han sido creadas o heredadas en las dos últimas décadas. Sin embargo, pese a lo que cabría suponer, la relativa juventud de estas empresas no muestra una relación directa con la demanda de servicios y, en concreto, con la demanda de servicios avanzados. Aunque también es necesario puntualizar que todas las empresas que contratan algún tipo de estos últimos servicios han sido creadas en la última década.

De las respuestas a las encuestas sí se observa, no obstante, una relación directa entre la demanda de servicios a empresas, e incluso servicios avanzados, y el tipo de actividad que desarrolla la empresa. Es por ello que se ha detectado mayor demanda entre las empresas de hostelería, esto es, todo tipo de alojamientos y restaurantes, dirigidos a un público turístico de ámbito nacional (no así entre cafeterías y bares, destinado a un ámbito eminentemente local). También destacan por representar mayor demanda las empresas de servicios profesionales, es decir, empresas de ingeniería, arquitectos, diseñadores, abogados, etc. Mientras otras empresas especializadas en un comercio de proximidad, carpinterías metálicas y de madera, talleres, suministros agrarios (en otras palabras, aquellas empresas más vinculadas al ámbito de lo rural), contratan escasos servicios y estos son normalmente servicios tradicionales.

También se observa cómo el ámbito en el que opera la empresa incide claramente en la inclinación a contratar servicios y en el tipo de servicio contratado. Esto es, aquellas empresas cuyo mercado se reduce al estrictamente local tienen menor predisposición a contratar servicios externos que puedan ayudar a su producción. No ocurre lo mismo, sin embargo, con las empresas que tienen un ámbito de acción más amplio (provincial, regional, nacional o internacional); éstas deben enfrentarse a una competencia mayor y por ello su organización interna, su estructura productiva y sus canales de distribución deben recurrir a la innovación, el apoyo en tecnología y el conocimiento que les aportan las empresas de servicios. Es por esto que los servicios contratados van más allá de los considerados tradicionales y son servicios que aportan mayor valor añadido: asesoramiento en I+D, ingeniería civil e industrial, implantación de sistemas informáticos, diseño gráfico y digital, o imagen y publicidad, han sido algunas de las respuestas de las empresas consultadas.

La última de las variables que han de tenerse en consideración para analizar el patrón de externalización de servicios es la valoración que las empresas demandantes hacen respecto de otros servicios contratados con anterioridad. Aunque es cierto que las empresas no siempre pueden valorar

la calidad del servicio prestado, debido a que –dado el reducido número de empresas de servicios– la rotación de empresas oferentes es baja para la empresa demandante, se hacía necesario intentar descubrir cuál era la apreciación general. Así, a grandes rasgos, la percepción que las empresas encuestadas tienen del servicio que se les ha prestado o presta es positiva: un 96% consideran el servicio como bueno, un 4%, regular y hay que destacar que ninguna empresa lo consideró malo. Y es más, cuando se les pidió que señalaran qué aportaban estos servicios a su empresa, todas enumeraron varias opciones y con pleno convencimiento, entre las cuales la respuesta más repetida fue “conocimientos”, seguida de “tiempo”, “eficacia”, “economía” y “competitividad”.

No obstante, como anteriormente se ha señalado, si bien es cierta la importancia del patrón de externalización de servicios propio de cada empresa, no lo es menos la sinergia que genera el entorno donde opera dicha empresa.

En cuanto al incentivo que podría suponer la oferta de empresas de servicios a empresas para animar la demanda, se puede afirmar que en la provincia turolense esta oferta no es muy amplia. Tal y como se ha visto en el capítulo anterior, la reducida cantidad y variedad de servicios no logra ser, precisamente, un escaparate en el que se muestren los atractivos de contratar servicios externos a la empresa.

En definitiva, esta carencia de una oferta atractiva de servicios conduce a que las empresas turolenses no tengan en su entorno más inmediato un ambiente favorable para la contratación de servicios externos. La falta de oferta no permite ver a las potenciales empresas demandantes cuáles son las ventajas de su utilización, ni cuál la aportación que éstos pueden realizar a la gestión y la organización productiva de la empresa. En otras palabras, una oferta tan estrecha no resulta estímulo suficiente para animar a la demanda.

Por todo ello cabe concluir que es presumible que la falta de concentración espacial de la oferta de servicios pueda trasladarse a la demanda, reincidiendo en un ritmo distinto de desarrollo respecto a otros territorios. Dado que no todos los servicios se prestan en la provincia se puede incrementar el retraso competitivo de nuestro tejido empresarial, lo cual se debe convertir en un tema sobre el que se concentre la reflexión y las propuestas de acción.

El otro factor que, presente en el entorno, contribuye a fomentar la demanda es la cultura de externalización del resto de las empresas. Como se ha ido observando a lo largo del análisis realizado en este capítulo, las empresas turolenses, como rasgo general, no tienen una propensión alta a la externalización de servicios. Su pequeño tamaño y el modo de organización de las empresas resultan concluyentes a la hora de explicar la escasa demanda. No existen, por tanto, ejemplos o referencias en el territorio que sean modelo de exitosas experiencias y puedan animar a la contratación de servicios.

Por otra parte, también es cierto que las empresas tienen ahora un campo de visión más amplio. El desarrollo de las TIC, la asistencia a ferias, congresos y exposiciones, y, en definitiva, la mayor apertura hacia el exterior hacen que la información sea más fluida y que la cultura empresarial local no sea el único término de referencia. Ello, en definitiva, puede estar contribuyendo a que algunas empresas vean incrementada su demanda.

Así, la conclusión que puede extraerse del análisis precedente es que en la provincia turolense la demanda de servicios a empresas es todavía muy débil; y que esta debilidad se puede achacar, fundamentalmente, a cuatro factores clave:

1. El pequeño tamaño medio de las empresas provinciales, más cercano a la microempresa que a la pequeña o mediana.
2. El manifiesto carácter rural de la actividad que realizan gran parte de las empresas en el territorio y un ámbito de actuación centrado en el mercado eminentemente local.
3. La escasa oferta de servicios a empresas existente en el territorio turolense, que no incentiva su demanda.
4. Una cultura empresarial todavía muy arraigada en formas tradicionales de organización y gestión interna que lleva a que, en general, sea menor la externalización de servicios.

La conjunción de todos estos factores hace que se deba concluir señalando que la oferta de servicios avanzados a empresas en la provincia de Teruel no deja, en términos generales, demanda insatisfecha. Las empresas locales manifiestan que su demanda está cubierta y con un nivel alto en la calidad en el servicio. Sin embargo, esta afirmación no obsta para creer que la demanda se ha acomodado a la oferta existente, y que un incremento de esta última podría venir acompañado de un estímulo para el incremento de la demanda.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO Y PROPUESTAS DE ACCIÓN

La estructura económica del territorio turolense muestra graves diferencias en relación con la estructura que se perfila en el ámbito nacional y en el del resto de economías desarrolladas: la nuestra, con mayor peso del sector primario en detrimento del sector servicios, es decir, una economía con un perfil eminentemente rural, que se define como una estructura productiva inadecuada para afrontar los retos de la competencia presente y futura. Del análisis de la estructura productiva y de la demanda de servicios que realizan las empresas turolenses pueden extraerse las siguientes conclusiones:

1. En el período 1999-2007, el número de locales que se dedican a prestar servicios a otras empresas ha crecido en la provincia de Teruel un 66,52%; una cifra por debajo del crecimiento experimentado a nivel nacional, un 77,09%.
2. También es menor el peso que han tenido los locales de servicios a empresas en Teruel en cada uno de estos años si se compara en referencia a España: en 2007, este peso es del 13,29% en la provincia de Teruel, mientras que supone un 22% en el caso de España.
3. Esta carencia de una oferta atractiva de servicios conduce a que las empresas turolenses no tengan en su entorno más inmediato un ambiente favorable para la contratación de servicios externos.
4. Las empresas turolenses, como rasgo general, no tienen una propensión alta a la externalización de servicios. Su pequeño tamaño y el modo de organización de las empresas resultan concluyentes a la hora de explicar la escasa demanda.

5. No existe demanda alguna para muchos de los servicios avanzados que sí tienen demanda en otros lugares de España; y en concreto esto ocurre para servicios referidos al ámbito de la producción, de la gestión y aquellos que ofrecen algún tipo de estudio o proyecto.
6. Las empresas que ofrecen servicios en el área de la información y las telecomunicaciones sí han conseguido cierta demanda entre las empresas turolenses.
7. De aquellos servicios considerados como tradicionales, la asesoría fiscal, laboral y contable son los que acaparan mayor demanda. Un 91% de las empresas consultadas manifestó que contrataban estos servicios de forma continuada.
8. El requisito de proximidad entre las empresas oferentes y las demandantes puede condicionar de manera importante la predisposición hacia el uso de servicios. El 74% de las empresas debe contratar servicios que no están en la misma localidad y eso supone, en cierto sentido, una cortapisa para el acceso a los servicios desde el punto de vista físico y territorial.
9. La razón para no contratar algún otro servicio es, en un 90%, porque no lo necesitan. El reducido tamaño y las sencillas estructuras organizativas son las justificaciones más recurrentes para explicar la falta de demanda de otros servicios externos.
10. Podría darse un problema de información entre demanda y oferta de este tipo de servicios, particularmente en servicios avanzados. Podría suceder que las empresas turolenses no fueran plenamente conscientes de su desconocimiento, ya que la excesiva concentración de las empresas de servicios a empresas en las grandes ciudades españolas no siempre permite que se difunda, en todo el tejido empresarial y a lo largo de la extensa geografía nacional, sus posibilidades para la introducción de innovación.
11. Las empresas más pequeñas son las que sufren las mayores dificultades en la utilización de los servicios a empresas, ya que, dado su escaso tamaño, les resulta difícil valorar las posibilidades que brinda el mercado y acceder a la oferta más conveniente. Las pequeñas empresas suelen contratar únicamente servicios estandarizados con el objeto de reducir costes.
12. Entre las razones que podrían explicar la externalización de servicios no está la relativa juventud de las empresas encuestadas. No existe una relación directa entre ésta y la demanda de servicios.
13. El tipo de actividad que desarrolla la empresa se presenta como un factor importante de externalización, pues sí se ve cierta correlación entre actividad y demanda de servicios a empresas.
14. El ámbito en el que opera la empresa incide claramente en la inclinación a contratar servicios y en el tipo de servicio contratado. Esto es, aquellas empresas cuyo mercado se reduce al estrictamente local tienen menor predisposición a contratar servicios externos, mientras que sí lo hacen las empresas que tienen un ámbito de acción más amplio, ya que en ellos encuentran la ayuda necesaria para enfrentarse a una mayor competencia.

15. La percepción que las empresas encuestadas tienen del servicio que se les ha prestado o presta es positiva. Aunque a veces hacer esta afirmación es un tanto arriesgado, ya que en lugares donde no es muy amplia la oferta de servicios a empresas no existen suficientes parámetros para la comparación.
16. Las empresas existentes en la provincia de Teruel podrían no ser conscientes de la desventaja relativa que sufren respecto a otras empresas, que sí tienen un acceso fácil y directo a servicios avanzados y, en consecuencia, tienen un acceso fácil y directo a la innovación y la competitividad.
17. A nivel territorial, el escaso peso de los servicios avanzados a empresas puede conducir, inexorablemente, al estancamiento de la provincia turolense, evidenciado en la paulatina pérdida de capacidad para atraer nueva actividad económica, e incluso mantener la actual.

Ante este panorama, se ve la necesidad de incentivar la implantación de servicios a empresas, pues es indudable que los servicios a empresas están detrás de los cambios recientes más llamativos. Resulta evidente que esta nueva revolución tecnológica ha necesitado y seguirá necesitando de servicios a empresas capacitados para implantarla, hacerla comprensible a las empresas y extraer su máximo rendimiento.

Del mismo modo, los servicios a empresas pueden jugar un cierto papel en los difíciles procesos de convergencia regional, sirviendo de estímulo a la actividad productiva para todas aquellas empresas que por tamaño, localización y falta de conocimientos no pueden o no saben acceder a los beneficios que reportan los servicios a empresas. Es por ello que la probada vinculación entre servicios a empresas y desarrollo regional se ha convertido en el factor decisivo de gran parte de la política regional de promoción de servicios en muchas zonas de los países más desarrollados. Y es ésta la política que se debe proponer para favorecer a los territorios menos avanzados y acortar distancias entre los más y menos ricos.

No obstante, la experiencia señala que los servicios a empresas han sido, desde siempre, un sector muy libre de la intervención del Estado. Aunque ello no deba obviar la posibilidad de que la Administración regional pudiera, e incluso debiera, contribuir a acortar distancias. Además, se ha comprobado que los gobiernos nacionales o regionales de países con mayor desarrollo de servicios a empresas se han caracterizado por realizar una política muy activa en varios frentes. Desde hace unos años los países más avanzados empezaron a apostar ya por los nuevos proyectos y los nuevos sectores donde realmente se generaba crecimiento y empleo.

Por lo general, la política de promoción se ha planteado a nivel regional, siendo las comunidades autónomas quienes deben asumir la competencia de la creación de agencias de desarrollo regional, centros de servicios, incubadoras o parques tecnológicos y científicos. Así mismo, la incorporación de tecnología o la aprobación de programas de estímulo a la innovación, la I+D, el diseño, o el uso de las TIC, por ejemplo, benefician la contratación de servicios a empresas. Otras políticas, como son las de infraestructuras (sobre todo de telecomunicaciones), de formación profesional y universitaria, de medio ambiente, también redundan en beneficio del uso de algunas acti-

vidades de servicios a empresas, que en el caso de las más avanzadas pueden exigir localizaciones en entornos con mayor densidad de actividad económica y de personal cualificado.

En referencia a la provincia de Teruel, se puede entender que estas localizaciones deben corresponder a la capital de la provincia, Alcañiz y, quizás, Calamocha, por ser las de mayor tamaño y desarrollo económico, y porque su ubicación geográfica dentro del espacio provincial permite mayor permeabilidad hacia las empresas de todo el territorio.

Para la localización de servicios a empresas que no exijan niveles tan altos de conocimiento e introducción tecnológica, los núcleos mayores de población o cabeceras comarcales deberían constituir centros donde acoger servicios menos especializados, pero que no por ello defraudaran las expectativas en la transferencia de innovación y conocimiento hacia empresas de otros núcleos de menor tamaño. Ello lograría romper el círculo perverso que no incentiva la instalación de servicios a empresas por falta de mercado y débiles economías de escala, y, a su vez, no posibilita el desarrollo empresarial deseado, precisamente, por la falta de estos servicios u obliga a tener que contratarlos fuera de la provincia con un sobrecoste económico, de tiempo o de falta de atención inmediata.

Es por ello que si la provincia de Teruel tiene por objeto convertirse en una economía más competitiva y dinámica, alcanzando mayores niveles de desarrollo económico, puede resultar necesario que los distintos niveles de la Administración planteen un refuerzo de políticas científicas y tecnológicas, que consigan integrar las actividades de servicios en las empresas locales.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (2000), *Los retos de Teruel. Jornadas sobre el cambio social y económico*, Teruel, Instituto de Estudios Turolenses.
- AA.VV. (2003), *Teruel se mueve. Jornadas empresariales en Teruel*, Teruel, CREA, CET y Fundación CREA.
- ALCAIDE, J. y ALCAIDE, P. (2003), *Balance económico regional (autonomías y provincias) Años 1995 a 2002*, Madrid, FUNCAS.
- (2006), *Balance económico regional (autonomías y provincias) Años 2000 a 2005*, Madrid, FUNCAS.
- ASIÁN, R. (2003), «La oferta de servicios avanzados a las empresas en Andalucía en el contexto de la Nueva Economía», *Boletín Económico de Andalucía*, 33-34, pp. 219-232.
- CAMACHO, J. y TRABADA, E. (2003), *Presente y futuro del medio rural de Aragón*, Zaragoza, Cáritas de Aragón.
- CÁRITAS ARAGÓN (2004), *Presente y futuro del medio rural de Aragón*, Documento ampliado.
- COMISIÓN EUROPEA (1998), *Comunicación de la Comisión al Consejo sobre la contribución de los servicios empresariales al rendimiento industrial*, Marco de actuación común, doc. com. (1998) 534 final, 21-09-98.
- (1999), *Estrategia Territorial Europea. Hacia un desarrollo equilibrado y sostenible del territorio de la UE*, Potsdam, Comisión Europea.
- CUADRADO ROURA, J.R. (2005), «Servicios a empresas: crecimiento, "geografía" inter-industrial y concentración territorial», en F. MANERO y H. PASCUAL (coords.), *Innovación tecnológica, servicios a las empresas y desarrollo territorial*, Valladolid, Universidad de Valladolid, pp. 55-88.

- CUADRADO ROURA, J.R. y RUBALCABA, L. (2000a), «Los servicios a empresas como actividad estratégica de la economía española», *ICE Sector Servicios*, 767, pp. 53-68.
- (2000b), *Los servicios a empresas en la industria española*, Madrid, Instituto de Estudios Económicos.
- DOMÍNGUEZ, R. (ed.) (2003), *¿Convergencia sin cohesión territorial? Teruel y otros desiertos demográficos*, Teruel, Fundación Siglo XXI.
- FUENTES, P. y PULIDO, A. (1998), «Los servicios a las empresas en Andalucía», *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI*, Jerez de la Frontera, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- GAGO, D. (2000), *Las relaciones entre servicios a empresas e industria en el contexto regional. Documento de Trabajo nº 2/2000*, Madrid, Laboratorio de Investigación del Sector Servicios, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y Universidad de Alcalá.
- GARCÍA, C.E. (1992), *Los servicios en el sistema productivo. Documento de Trabajo 92-11*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas e Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
- GARCÍA, C.E. y SANZ, L. (1993), *Conceptos y clasificaciones en la economía de los servicios. Documento de Trabajo 92-7*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas e Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
- ILLERIS, S. (1997), «Localización de los servicios a empresas en zonas urbanas y regionales», *Economía Industrial*, 313. *Los servicios a empresas en las economías desarrolladas*, Madrid, Ministerio de Industria y Energía, pp. 93-103.
- NAVARRO, M.ªC; PARDOS, E. y GÓMEZ, A. (2003), *Servicios a empresas y empleo en Aragón*, DT 3/2003, FUNDEAR, www.fundear.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
- OCDE (2000), *Examen territorial de la OCDE-Teruel: una región rural*, París, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- PARDOS, E. y GÓMEZ, A. (2003a), *Aproximación a los servicios a las empresas en la economía aragonesa*, Documento de trabajo núm. 1/2003, Universidad de Zaragoza y FUNDEAR. www.fundear.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
- (2003b), *Los servicios a empresas en la estructura productiva aragonesa*, Documento de trabajo núm. 4/2003, Universidad de Zaragoza y FUNDEAR. www.fundear.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
- PARDOS, E.; RUBIERA, F. y GÓMEZ, A. (2004a), *La demanda de servicios empresariales avanzados en la economía aragonesa*, DT 14/2004, FUNDEAR, www.fundear.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
- (2004b), *La localización de los servicios empresariales en Aragón. Determinantes y efectos*, DT 5/2004, FUNDEAR, www.fundear.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
- RUBALCABA, L. (1997), «Servicios a empresas: marco analítico, magnitud y evolución reciente en Europa», *Economía Industrial*, 313. *Los servicios a empresas en las economías desarrolladas*, Madrid, Ministerio de Industria y Energía, pp. 21-43.
- (1999), «Los servicios en la economía global: nuevos retos para la estadística», *Revista Fuentes Estadísticas. Estadística y Geografía*, 38, www.ine.es [consulta en línea, en febrero de 2007].
 - (2001), *La economía de los servicios a empresas en Europa*, Madrid, Pirámide.
 - (2002), «Los servicios a las empresas, el sector más activo y desconocido de la economía europea», *Fuentes estadísticas, Revistas publicadas*, INE, www.ine.es [consulta en línea, en julio de 2007].

- RUBIO, M. (2007), «Investigación para la aplicación: indicadores de revitalización», en P. RUBIO y A. SANZ (coords.), *Investigación aplicada al desarrollo de territorios rurales frágiles*, Zaragoza, Pressas Universitarias de Zaragoza, pp. 329-366.
- SÁEZ, L.A. (2002), «El futuro de Teruel», *Historia ilustrada de la provincia de Teruel*, Teruel, Diario de Teruel e Instituto de Estudios Turolenses, pp. 497-511.
- WOOD, P. (1997), «El crecimiento de los servicios a empresas: implicaciones para estudios de reestructuración económica y desarrollo regional», *Economía Industrial*, 313. *Los servicios a empresas en las economías desarrolladas*, Madrid, Ministerio de Industria y Energía, pp. 45-57.

OTRAS FUENTES PRIMARIAS

- Registros de altas en IAE de 2007, adquiridos en la Cámara de Comercio e Industria de Teruel.
- Estadística de la estructura productiva española y provincial, Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es
- Encuestas a empresas potencialmente demandantes de servicios.
- Entrevistas en profundidad a informantes clave.

*Recibido el 24 de febrero de 2009
Aceptado el 19 de junio de 2009*

