

# PRÁCTICAS, DECISIONES Y CRITERIOS EN EL ANÁLISIS GEOGRÁFICO DE LOS SERVICIOS A LA PRODUCCIÓN

ANA ISABEL ESCALONA ORCAO\*

Recibido: 15-2-05. Aceptado: 14-5-05. BIBLID [0210-5462 (2005-2); 37: 89-103].

**PALABRAS CLAVE:** servicios a la producción; metodología geográfica; geografía económica.

**KEY WORDS:** Production services; geographical methodology; economic geography.

**MOTS-CLEFS:** Services à la production; méthode géographique; géographie économique.

## RESUMEN

Los servicios a la producción, o a las empresas, constituyen una categoría de actividades económicas que suscita notable interés, plasmado en gran número de publicaciones sobre todo en el ámbito anglosajón. El conocimiento reunido hasta la fecha no ha dado lugar a la consolidación de una teoría de general aceptación, cuestión atribuida a los métodos de análisis. En este trabajo llevamos a cabo una presentación del acervo metodológico, es decir, de las prácticas, decisiones y criterios tomados en diversas investigaciones recientes. Se establece una relación entre la forma de obtención y el conocimiento generado. Se confirma la heterogeneidad de muchas de las prácticas, pero a la vez queda de manifiesto un amplio abanico de posibilidades analíticas así como el atractivo del tema para seguir suscitando investigaciones futuras.

## ABSTRACT

Producer services represent one of the most dynamic economic activities. Scholarly interest has been increasing and so the number of publications. Conceptual and analytical problems are recognised by most of the researchers and this is why we can find a variety of pragmatic and *ad hoc* approaches. We review some recent work by geographers and stress the variety of practices, decisions and criteria to implement empirical analysis. The impact of those practices on the lack of a theory is showed as well as the appeal of the topic for present and further research.

## RÉSUMÉ

L'analyse de la localisation des services à la production a attiré l'attention des spécialistes, géographes ou économistes. La littérature, où les publications angloaméricaines sont majoritaires, montre un manque de cadre théorique commun et, par contre, un éventail de pratiques d'analyse, *ad hoc approaches*, associées par des spécialistes avec le manque théorique signalé.

\* Dpto. de Geografía y Ordenación del Territorio Universidad de Zaragoza aescalon@unizar.es

L'article montre les pratiques, décisions et critères dans la réalisation de plusieurs travaux empiriques. Les difficultés pour généraliser sont mises en évidence ainsi que les possibilités du sujet pour attirer de nouvelles recherches.

## 1. INTRODUCCIÓN

Es casi un lugar común afirmar que los servicios a la producción, o a las empresas, constituyen un conjunto de actividades dinámico y estratégico desde el punto de vista del desarrollo territorial<sup>1</sup>. Pasan de la veintena los años que llevan los geógrafos dando respuesta, en relación con tales servicios, a las preguntas propias de la Geografía Económica: ¿de qué forma se reparten por el territorio y cómo ha cambiado tal disposición territorial a lo largo del tiempo?; ¿cuál es la causa de dicha distribución espacial?, o ¿cuáles son los procesos —socioeconómicos, políticos, culturales, geográficos— más influyentes?; e igualmente, ¿cómo afecta la distribución espacial de los servicios a las empresas al desarrollo de tales procesos?

Como resultado de todo ese trabajo sabemos de las preferencias locacionales de estas actividades por ámbitos urbanos o metropolitanos; de su relación con los procesos económicos contemporáneos (especialización flexible, difusión de nuevas tecnologías, adopción de estrategias competitivas por parte de las empresas, etc) y de su potencial para el desarrollo regional (por su propensión exportadora, generación de empleo, impulso a los procesos regionales de cambio y adaptación). Todas estas cuestiones han sido sintetizadas recientemente por Bryson, Daniels y Warf (2004), y algo antes por Coffey (2000), Tickell (1999, 2001 y 2002) e Illeris (1997). De mediados de los años noventa es un número monográfico de *The professional geographer* (47, 1995), donde diversos autores realizan un repaso de las investigaciones en Norteamérica y Europa, que sigue siendo todavía muy útil. En lengua española se cuenta con textos sobre el estado de la cuestión tanto de geógrafos (MORENO y ESCOLANO, 1992; MORENO, 1997), como de economistas (CUADRADO ROURA, 1994 y 2000; RUBALCABA, 2001; número monográfico de *Economía industrial* en 1997).

Por razones que explicamos más adelante todo el conocimiento acumulado hasta la fecha sobre los servicios a la producción no constituye propiamente una teoría, aunque sí que disponen los investigadores de un acervo o haber común en forma de prácticas, decisiones y criterios con los que se ha venido estudiando este tema y realizando trabajos aplicados. El análisis crítico de tales prácticas constituye el objeto de este artículo, con la intención añadida de establecer su relación con el conocimiento generado y su difícil sistematización. Nos centraremos en el tema del comportamiento locacional de las empresas que realizan estas actividades. Comenzaremos con los métodos practicados en estudios de carácter descriptivo —los que pretenden res-

1. El borrador de este texto fue presentado en un seminario sobre métodos de análisis locacional de servicios a empresas, impartido por la autora en la Fundación Economía Aragonesa.

ponder a la primera de las tres preguntas citadas—, y proseguiremos con el análisis de las prácticas empleadas en los trabajos de carácter explicativo —enfocados a responder a la segunda de las anteriores preguntas—. Previamente vamos a referirnos de forma breve a un importante condicionante de la investigación, como es el la disponibilidad de datos y, sobre todo, su escasa idoneidad conceptual.

## 2. PROBLEMÁTICA DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DISPONIBLES: AGREGACIÓN SECTORIAL-ESPACIAL Y ESCASA IDONEIDAD CONCEPTUAL

Una cuestión fundamental para analizar este tema es si los medios empíricos disponibles son adecuados tanto desde el punto de vista conceptual como por su desagregación sectorial y espacial (WERNERHEIM y SHARPE, 1999). El concepto de *servicios a la producción* hoy vigente pone énfasis en su carácter de actividades de demanda intermedia y en que representan *inputs* en los procesos de producción de empresas y organizaciones (COFFEY, 2000). Sin embargo al examinar la relación de actividades incluidas en las clasificaciones oficiales<sup>2</sup>, se aprecia que en su mayoría se trabaja también para el mercado final, siendo éste no únicamente industrias sino también consumidores e incluso otros servicios. Es lo que en la bibliografía anglosajona se conoce desde hace años como el *mixed-market problem*. Esta circunstancia plantea problemas para aceptar sin reservas diversos supuestos bien establecidos sobre su contribución al desarrollo económico (WERNERHEIM y SHARPE, 1999) o sobre la preferencia de muchas de tales servicios por formar parte de aglomeraciones para beneficiarse de economías de localización (GÉNEAU y STASZAK, 2000).

En un conjunto de actividades tan heterogéneo la disponibilidad de información desagregada por ramas o subsectores es más necesaria que en otros campos de estudio. Sin embargo es típico de las fuentes estadísticas existentes una agregación intrasectorial alta cuando se refieren a ámbitos regionales y locales (PARDOS, 2003). En el caso de algunas grandes ciudades o áreas metropolitanas la falta de información específica sobre cada una de las diversas ramas que componen el sector, puede paliarse mediante el recurso a fuentes complementarias, del tipo *Directorios* u otras semejantes, aunque no siempre están disponibles o son comparables entre tipos de actividad o entre ciudades.

2. En la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE-93, corresponden a la sección K (*Inmobiliarias, alquileres y actividades a empresas*), dividida a su vez en las siguientes categorías: 70. Actividades inmobiliarias; 71. Alquileres; 72. Actividades Informáticas; 73. Investigación y Desarrollo; y 74. Otras actividades a empresas. Esta última se desglosa en: 74.1 Legales, auditorías, contabilidad, investigación de mercado, consultoría de gestión; 74.2. Arquitectura e ingeniería; 74.3. Análisis técnicos y ensayos; 74.4. Publicidad; 75.5 Selección y provisión de personal; 74.6. Actividades de investigación y seguridad; 74.7. Limpieza de edificios; 74.8 Otras actividades de servicios a empresas

Ni la escasa desagregación de las fuentes ni el irresuelto problema conceptual han erosionado el consenso sobre la utilidad del concepto *servicios a la producción*, sino que han proliferado enfoques pragmáticos y soluciones *ad hoc* de las cuestiones de definición, clasificación y medida (WENERHEIM y SHARPE, 1999: 128). Como ejemplos de estas prácticas en relación con el análisis de la localización de servicios a la producción, cabe citar: diferentes criterios para seleccionar las ramas a estudio en cada caso, tanto en investigaciones a partir de datos secundarios como de encuestas; variaciones en los niveles de desagregación sectorial según escala; diversidad en los criterios de caracterización de las empresas proveedoras y consumidoras, así como del marco territorial de análisis. En consecuencia resulta difícil comparar trabajos abordados a partir de criterios distintos y en diferentes contextos espaciales; es arriesgada cualquier generalización sobre la dinámica y pautas locacionales de actividades tan heterogéneas; y hay que tomar con cautela los argumentos reivindicativos del papel y el significado económico y territorial de tales servicios. Es lo que se expone a continuación con más detalle.

### 3. EL ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN ESPACIAL DE LOS SERVICIOS A LA PRODUCCIÓN Y DE SU DINÁMICA

La descripción del comportamiento locacional de los servicios a la producción y de su dinámica constituye una de las corrientes principales de la investigación geográfica sobre este tema (BRYSON, 2004). Característica de los trabajos realizados con ese propósito es una perspectiva *meso-económica* o sectorial (HARRINGTON, 1995), que consiste en el examen agregado de los patrones territoriales de sectores (o agrupaciones de sectores), y de sus cambios. Como ya se ha dicho son raras las coincidencias en la relación de actividades estudiadas. Las variables utilizadas dependen de la escala a la que se realiza el estudio, aunque en la mayoría de las ocasiones se han manejado datos de empleo, establecimientos y, en los estudios menos desagregados territorialmente, el valor de la producción. La información es de carácter secundario y proveniente de estadísticas oficiales, a pesar de los problemas de idoneidad conceptual ya mencionados y que los investigadores siguen obviando.

#### 3.1. *Análisis de carácter descriptivo a escala interregional e interurbana*

Los trabajos pioneros de Beyers (1991) y los posteriores de Beyers y Lindahl (1994) o Coffey y Shearmour (1997), pueden considerarse representativos de un tipo de análisis territorial basado en la eficaz aplicación de índices espaciales sencillos (cociente de localización, coeficiente de concentración de Gini) y de técnicas como las del análisis *shift-share*; y enfocado a poner en evidencia las pautas espaciales, agregadas y también desagregadas por distintos subconjuntos de servicios a la producción, así como sus cambios en el tiempo. Coinciden ambos trabajos, y otros semejantes, en asumir una tendencia según la cual los servicios a la producción

crecen más en algunas regiones o áreas metropolitanas que en otras (BRYSON *et al.*, 2004). Y ello queda confirmado en investigaciones que tienen como base las 147 ciudades que constituyen el sistema urbano canadiense (COFFEY y SHEARMOUR, 1997) o las 187 áreas económico funcionales norteamericanas (BEYERS, 1991)<sup>3</sup>. En el primer caso el método elegido refleja cómo varía la importancia de servicios a la producción según los distintos niveles jerárquicos del sistema urbano canadiense. En el segundo caso, el análisis *shift-share* y la comparación mediante cartografía de los valores del *efecto neto* para los distintos subsectores y áreas funcionales, diferenciando dentro de cada área los ámbitos metropolitanos y los que no lo son, resulta también muy expresiva.

En ambos trabajos se evidencia una escasa desconcentración espacial de los servicios a la producción. No obstante el periodo de estudio es distinto (años noventa en el estudio canadiense y ochenta en el norteamericano); no coinciden los sectores seleccionados —el canadiense se centra únicamente en los que llama *servicios avanzados*—, ni el nivel de desagregación intrasectorial —notablemente más alta en el norteamericano—. Por otra parte la transposición de estas metodologías a otras escalas y territorios, concretamente la utilización de la técnica *shift-share*, depende —como ya se ha dicho— de las fuentes disponibles<sup>4</sup>.

### 3.2. Ejemplos de modelización de la dinámica interurbana de los servicios a la producción

Una importante característica metodológica de este tipo de análisis es su escasa modelización. Como excepción destacamos un modelo de cambio jerárquico de los servicios profesionales y a las empresas, propuesto por H. Gong (2001), y basado en datos de empleo en las ciudades norteamericanas. En su trabajo plantea la hipótesis de que el cambio locacional de tales servicios se organiza en función de la jerarquía de áreas metropolitanas, tanto si se trata de *centralización* —aumento de la proporción de servicios en metrópolis de mayor rango e igualmente en los espacios centrales de cualquiera de ellas—, como de *descentralización* o *dispersión espacial*, —aumento de la proporción de servicios a empresas en las de menos rango así como en los ámbitos no metropolitanos (GONG, *op. cit.*: 342).

Para comprobar la hipótesis analiza la evolución del empleo de doce actividades (que corresponden a las categorías 73 y 87 de la SIC, *Standard Industrial Classifica-*

3. Las áreas económico-funcionales están constituidas por *condados* y fueron delimitadas en su día utilizando como criterio los movimientos pendulares observados entre sus condados centrales o de carácter metropolitano y los condados periféricos, o de carácter no metropolitano.

4. Citaremos como ejemplo de usos del análisis *shift-share* en estudios sobre los servicios realizados en España a C. del Río y B. García con su trabajo «Dinámica Regional y provincial del sector terciario», publicado en *Papeles de Economía Española*, 42 (1992), págs. 150-168.

tion), en los siete tipos de áreas en las que descompone la jerarquía metropolitana de Estados Unidos, siendo las rurales las de menor rango de todas. El análisis lo lleva a cabo en dos etapas: en la primera los datos se mantienen al citado nivel desagregación sectorial y territorial, mientras que en la segunda —para facilitar la comprensión de los resultados— los agrega en tres categorías de áreas metropolitanas y en cinco de servicios, utilizando como criterios el tamaño demográfico y la dinámica locacional respectivamente.

Los datos confirman su hipótesis y le aportan los elementos para formular un modelo de cambio locacional del empleo en tres etapas: una primera etapa de aumento en las áreas metropolitanas de mayor rango, estabilidad en las de rango medio y descenso del empleo en las de menor rango, áreas rurales incluídas; una segunda etapa en la que el crecimiento del empleo se localiza en las metrópolis intermedias, mientras disminuye en las de mayor y menor rango, aunque ralentizado en este caso; y una tercera etapa en la que el crecimiento comienza ya en las metrópolis de menos rango, se acentúa en las intermedias y mantiene su descenso en las principales, tanto en términos absolutos como relativos.

Es un modelo fuertemente emparentado con teorías anteriores sobre el desarrollo metropolitano y la localización de actividades cuaternarias. Igualmente es fácil apreciar préstamos desde la teoría del ciclo de vida del producto o la teoría de la difusión espacial de las innovaciones<sup>5</sup>. Conviene notar, no obstante, que para facilitar la posterior comprobación la autora decide seleccionar como ejemplo sólo un sector de todos los componentes de cada una las cinco agrupaciones establecidas al efecto.

### 3.3. *Prácticas en la descripción locacional de los servicios a la producción a escala intrametropolitana*

Por lo general las *geografías económicas* de regiones *centrales* sí que posibilitan la realización de estudios locacionales de servicios a empresas más desagregados territorialmente, por disponer de tejidos productivos más densos y aglomeraciones de ciudades con diversos rangos jerárquicos, reconocidas o no administrativamente como áreas metropolitanas. A su vez los organismos estadísticos regionales, así como organizaciones profesionales privadas, pueden ofertar fuentes complementarias, del tipo *Directorios* u otras, con el suficiente detalle como para poder facilitar análisis de localización más precisos a esa escala, e igualmente evidenciar el diferente comportamiento locacional según el tipo de servicios a la producción de que se trate.

Estudios realizados en las dos principales ciudades españolas durante los años noventa reflejaron la alta concentración absoluta y relativa de este tipo de empresas en

5. Para una aplicación explícita de la teoría de la difusión espacial al análisis locacional de los servicios a empresas, puede consultarse un trabajo reciente sobre la expansión de las redes de servicios a empresas en Francia (DAUDÉ, E, 2001).

determinados distritos y barrios (o *puntos de encrucijada* según RUBALCABA *et al.*, 1998: 124), e igualmente un cierto aumento de su presencia en áreas periféricas, favorecido por el fomento, por parte de los poderes públicos, de las llamadas *áreas de nueva centralidad* (PASCUAL, 1990; MIGNOT, 1999; SOY, 1997). Más recientemente se ha detectado un proceso complementario de ocupación —por parte de actividades de servicios a empresas— de locales en áreas industriales calificadas, adoptando una morfología del tipo edificios de oficinas y ocupando distritos periféricos preferentemente. Este proceso ha sido estudiado en Madrid por García *et al.* (2004).

En todo caso los trabajos a esta escala aprovechan el potencial de las fuentes para establecer matices según variables (establecimientos o empleo) y subsectores. Ocurre con una investigación de sobre los servicios informáticos en Estados Unidos durante los años ochenta (NUN y WARREN, 2000), cuyo interés radica, no tanto en lo metodológico —ya que sigue basándose en un eficaz uso de diversos coeficientes de concentración elaborados a partir de fuentes secundarias sobre empleo—, sino en que recupera y aplica el concepto *christalleriano* de *rango* para diferenciar —dentro de ese subsector— las diversas actividades que lo componen (programación, alquileres y mantenimiento, procesado de datos) y relacionar su rango (alto, medio y bajo respectivamente) con su localización intrametropolitana. Los resultados confirman la idoneidad de esa diferenciación para relativizar los supuestos sobre la dispersión sistemática hacia periferias metropolitanas de los servicios de menor rango, y a la inversa, dado que —en su investigación— son precisamente las actividades de mayor rango las que ofrecen una mayor concentración en esos condados no centrales de sus respectivas áreas metropolitanas<sup>6</sup>. Un poco más adelante volveremos sobre esta cuestión, objeto específico de análisis realizados a partir de encuestas sobre localización.

Los estudios comentados dejan muchas preguntas abiertas en relación con la problemática locacional de los servicios a la producción en las grandes aglomeraciones de población. Por otra parte en los cambios observados tanto en el número de establecimientos de estos servicios como en el empleo que generan, influyen diversos factores y procesos complementarios que, además, operan a distintas escalas como son: las disposiciones legales sobre precios y usos de suelo, las inversiones en transportes y equipamientos diversos, o la organización político-administrativa (COFFEY, 2001:127). Para determinar la influencia de tales factores a ésta y a cualquiera otra escala los autores han recurrido a métodos de trabajo complementarios, sobre cuya problemática tratamos a continuación.

6. Recordemos que éste y la mayoría de los trabajos norteamericanos a esta escala toman como unidad de análisis la *Standard Metropolitan Statistical Area*, compuesta siempre por un condado «principal» y un número indeterminado de condados «no principales», a los que por razones de comodidad se denomina también en la bibliografía como «no urbanos», «periféricos» o incluso «rurales». No es banal, y así lo hacen notar los autores, el tamaño de las áreas ni el número de condados que las componen, ya que obviamente ello afecta a la intensidad y alcance de los procesos de dispersión territorial de los servicios a empresas.

#### 4. EL ESTUDIO DE LAS CIRCUNSTANCIAS INFLUYENTES EN LA LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS A LA PRODUCCIÓN

Es objeto de este grupo de trabajos y de las prácticas desarrolladas por sus autores interpretar o explicar la importancia alcanzada en un espacio dado por los servicios a la producción. Siguen sin darse pasos para convertir en operacionales modelos conceptuales diseñados durante los años ochenta, como el de Coffey y Polèse sobre la orientación macrogeográfica del terciario superior según la importancia de sus costes principales, y en concreto, de los derivados de las relaciones con proveedores y clientes, así como del acceso a la información (MORENO y ESCOLANO, 1992). De hecho se aprecia en la bibliografía que los investigadores han dado prioridad al avance en la comprensión de un sector todavía demasiado opaco y a la búsqueda de respuestas, en los distintos contextos espaciales, a preguntas específicas que pudieran dar luz sobre la geografía de estos servicios y sus cambios.

Metodológicamente algunos de los trabajos recurren a los análisis estadísticos multivariantes a partir de datos secundarios. Así por ejemplo un trabajo sobre estos servicios en España (GAGO, 2000) se pone en evidencia su relación con las estructuras productivas regionales, y en concreto con el sector industrial, al correlacionar variables de empleo y locales en servicios a empresas en regiones españolas con otras relativas a la importancia global de la industria y al contenido tecnológico de las distintas ramas industriales. Los resultados obtenidos le permiten probar que los mayores niveles de empleo en servicios a empresas se dan en regiones «dotadas de industria de tecnología media-alta» (GAGO, *op. cit.*: 26). Y en una extensión del análisis a todo el entorno productivo, queda también evidenciada una proporción superior de empleo en servicios a empresas en aquellas regiones con una clara especialización en servicios.

No obstante en este grupo de investigaciones que tienen como objeto de análisis a la empresa, la práctica más extendida consiste en que la información se genere mediante la realización de encuestas y entrevistas semiestructuradas. Las respuestas obtenidas pueden ser objeto de un análisis estadístico posterior, pero no es ésta la opción más frecuente sino su simple sistematización. En unos trabajos la localización no es propiamente el centro de interés, sino que forma parte, junto a otras, del conjunto de variables explicativas del comportamiento empresarial. En otros sí es la localización de las empresas la variable a explicar y, en consecuencia, el objeto específico de las encuestas y de su análisis posterior.

##### 4.1. *Características del comportamiento empresarial y localización*

La geografía de los servicios a la producción se ha querido interpretar a partir del comportamiento empresarial, resultante éste a su vez de las estrechas relaciones entre la oferta de estos servicios y su demanda. En el primer caso, estudios del lado de la oferta, se remiten a las empresas cuestionarios sobre la naturaleza y cuantía de los servicios ofertados, la caracterización de sus principales clientes así como su localiza-



ción, con vistas a determinar el alcance geográfico de sus mercados. En investigaciones enfocadas desde la demanda, las encuestas se han enviado a empresas usuarias de estos servicios, solicitándoles especificaciones sobre el tipo, cuantía y frecuencia de uso del servicio y también sobre el origen —localización— de la empresa proveedora. En otros trabajos ese aborda la cuestión desde ambos puntos de vista, y a las empresas objeto de estudio —proveedoras de estos servicios— se les pregunta también por el consumo que hacen de servicios ajenos para optimizar su función de producción (COFFEY, 1996).

Los criterios de partida y las decisiones tomadas por los autores al diseñar la investigación son muy heterogéneos y por ello las muestras de empresas varían notablemente de unos trabajos a otros. Por una parte, en los estudios del lado de la oferta, los investigadores establecen distintos criterios para eludir el ya citado problema del *mixed-market* así como para darle a la muestra el perfil adecuado, tanto por reflejar las distribución sectorial y geográfica de los servicios a empresas en la zona de estudio, como por la finalidad del mismo. Así por ejemplo en una investigación sobre el mercado espacial de los servicios de alto rango en quince ciudades de los estados norteamericanos de Wisconsin, Illinois e Indiana (ESPARZA y KRMENEC, 1996), los autores seleccionan para su muestra a sectores susceptibles de ofrecer una variedad de áreas de mercado, como son los de auditoría, publicidad, procesamiento de datos, estudios de ingeniería y arquitectura, servicios jurídicos y relaciones públicas. Coffey (1996) utiliza para su estudio datos agregados de los subsectores inmobiliario y financiero, por una parte, y de los de servicios a la producción propiamente dichos (publicidad, informática, gestión y consultoría empresarial, contabilidad e ingeniería). Beyers y Lindahl (1996), no especifican los sectores seleccionados, si bien indican que se caracterizan por mantener diversos ritmos de crecimiento según su mayor o menor novedad y que se ha tenido «la precaución de adaptar la muestra al perfil medio del tamaño de las empresas» en la zona que ellos estudian, que es el NW de los Estados Unidos (BEYERS y LINDAHL, *op. cit.* 318).

En cuanto a las encuestas a empresas demandantes de servicios a la producción, se remiten a las que desempeñan actividades en sectores mayoritariamente manufactureros, aunque seleccionados con criterios distintos según las investigaciones. Para su investigación sobre la geografía de la externalización en Noruega (RUSTEN, 2000) se utiliza una muestra de 416 empresas de los sectores agroalimentario, construcción de maquinaria y equipo mecánico, así como fabricación de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico. En cambio en un trabajo sobre el estado de Nueva York (MACPHERSON, 1997), se obtiene la información básica de 472 cuestionarios contestados por empresas de fabricación de muebles, instrumentos científicos, material y equipo eléctrico e industrias metálicas. Justifica el autor su selección por ser sectores que comparten un mismo esfuerzo en investigación y desarrollo —que interesaba incorporar a la investigación—, y además porque refleja la actividad manufacturera estatal (MACPHERSON, *op. cit.*: 56).

Si nos fijamos en las temáticas de las encuestas y entrevistas veremos, a diferencia de lo ocurrido con las muestras, que son muy parecidas. Así las variables sobre las que se requiere información en los cuestionarios remitidos a las empresas suelen ser:

características de sus promotores, financiación de la inversión, nivel de especialización de la empresa, estrategias competitivas, motivos de la demanda (en las encuestas sobre externalización), evolución de sus servicios (en las de estudios sobre oferta), colaboración entre empresas y subcontratación de servicios, formas de entrega del producto, radio de acción de la empresa (local, regional, nacional, internacional).

Son aspectos todos ellos interesantes y que permiten documentar con detalle el comportamiento locacional de las empresas estudiadas en cada caso. Aunque la mayor parte de los trabajos evidencian como características más determinantes de dicho comportamiento el sector y el tamaño respectivos de las empresas, es difícil establecer generalizaciones porque, además de lo dicho respecto de los sectores y la confección de las muestras, los criterios para expresar el tamaño (plantilla, facturación, facturación por empleado), así como los utilizados para establecer sus distintas categorías varían de una investigación a otra. En el trabajo ya citado sobre la externalización de servicios en las empresas manufactureras neoyorquinas (MACPHERSON, 1997) se desglosa la variable empleo en dos categorías: empresas pequeñas y medianas, y empresas grandes, siendo las primeras las de menos de 500 trabajadores. A su vez Beyers y Lindahl (*op. cit.*, 1996) establecen tres categorías, empresas pequeñas, medianas y grandes, siendo de menos de 8 trabajadores las pequeñas y de más de 50 las grandes.

Y también son muy diversos los criterios para categorizar la variable *localización* de la empresa. En algunos trabajos se siguen criterios de tipo jerárquico, como los ya comentados; en otros se establecen diversas categorías dentro de un *continuo rural-urbano* (RUSTEN, 2000); en otros casos las categorías de esta variable se definen por criterios administrativos, aunque el número y los límites entre categorías varía según las investigaciones. Por ello hay que ser cautos al valorar otra coincidencia en los resultados, referida al menor significado de la variable *localización* en relación con el comportamiento empresarial, de modo que no habría diferencias notables entre empresas que siendo del mismo sector y tamaño se ubicaran, sin embargo, en ámbitos espaciales distintos. A dicha conclusión se ha llegado tanto en los estudios sobre la demanda de servicios<sup>7</sup> como en los enfocados desde la oferta. Limitándonos a estas últimas, y como se deduce de las respuestas en relación con los mercados geográficos de las empresas proveedoras de servicios, se comprueba con frecuencia su carácter local. Es decir «la mayoría de las empresas se concentra casi exclusivamente sobre los mercados locales, mientras que una minoría está sólidamente implantada sobre los mercados de exportación» (BEYERS y LINDAHL, 1996: 320). Resultados semejantes se han obtenido en investigaciones realizadas en Canadá (COFFEY, 1996), en el Sudeste de Inglaterra (COE y TOWNSEND, 1998) y también en un trabajo sobre la distribución de servicios informáticos en España (ESCOLANO, 1989).

7. Pueden consultarse al respecto algunas investigaciones realizadas sobre el consumo de servicios por la industria española (Mañas, 1992; Hermosilla, 1997; Rodríguez y Merino, 2001).

La excepción, avalada por diversas investigaciones, la constituyen las empresas de mayor rango y, en general, todas las localizadas en las grandes metrópolis, cuya propensión exportadora (medida por la proporción de ventas realizadas fuera de la metrópoli, región o, incluso, país) es considerablemente mayor que la de empresas localizadas en las ciudades de menor nivel jerárquico. Es el caso de Chicago, estudiado en el ya citado trabajo de Esparza y Krmenc (1996) y también, por mencionar un ejemplo europeo, el de Lyon, aunque en este caso en una lógica menor medida (AGUILERA, 2002).

También se ha comprobado que es más baja la demanda exterior proveniente de pequeñas empresas situadas en áreas periféricas. MacPherson lo expresa con claridad en su ya citado trabajo sobre Nueva York y su entorno: «Si bien las empresas situadas en áreas donde la oferta de servicios es escasa pueden importar los de carácter más estratégico, esta opción no es apenas utilizada por las de menor tamaño. Las empresas periféricas de esta categoría funcionan con menos opciones externas que sus homólogas de áreas centrales (MACPHERSON, *op. cit.*: 66). Conviene recordar, no obstante, que este autor centra su investigación en un ámbito sectorial y territorial muy específicos (v. *supra*)

#### 4.2. *Identificación de los procesos y variables clave de la localización intrametropolitana de los servicios a empresas*

Las prácticas y criterios adoptados en los estudios descriptivos comentados en el capítulo 3 de este artículo venían a evidenciar que los servicios a la producción mantienen como patrón locacional una alta concentración en las regiones de carácter *central*, tanto en Europa como en América del Norte (HARRINGTON, 95: 88; COFFEY, 2000: 172). Ahora bien a escala intrametropolitana ya hace tiempo que se sigue con atención el aumento de tales servicios en sus coronas más periféricas (MORENO, 1997). Los términos utilizados para denominar al fenómeno —*suburbanización* de los servicios a empresas, *descentralización*—, sugieren una estrecha relación entre la presencia decreciente de servicios a empresas en los centros metropolitanos y su aumento en las periferias. Los factores explicativos mencionados en la bibliografía son diversos: *deseconomías* o desventajas aparecidas en los centros tradicionales; conversión de las periferias en espacios atractivos, por generar economías de aglomeración o simplemente por sus menores costes para las empresas; impacto de las telecomunicaciones y de las redes de transporte convencional en las mejoras de la accesibilidad periférica (ILLERIS, 1996; WOOD, 1997).

Esta dinámica locacional de los servicios a la producción en áreas metropolitanas ha sido recogida en diversos modelos (MORENO, 1997) pero como comentábamos anteriormente en relación con los trabajos a escala regional, su impacto ha sido escaso ya que apenas se utilizan en la práctica investigadora:

Un estudio sobre las empresas asesoras de inversiones en el área metropolitana de Filadelfia (BODENMAN, 1998), puede considerarse típico en cuanto a los métodos empleados en este tipo de trabajos. Habiéndose constatado estadísticamente el notorio

declive en diez años de la proporción de empresas de este tipo en el centro de la metrópoli (del 51,9% del total al 17,7), se presentan seguidamente los resultados de una encuesta a empresas en la que, después de caracterizarlas, se les pide que puntúen diversos factores según su influencia en la decisión locacional. Los factores que el autor propone son: calidad de vida, intereses personales, disponibilidad y coste de espacio de oficinas, acceso a los clientes, disponibilidad y coste del transporte, acceso a la información y la investigación, disponibilidad y coste de las telecomunicaciones, impuestos y regulaciones así como proximidad a los competidores.

Las respuestas reflejan diferencias de apreciación entre las empresas del centro y las periféricas, así como evidencias coincidentes con las de investigaciones realizadas en otras metrópolis norteamericanas, relativas a una relajación efectiva de la necesidad de proximidad entre proveedor y cliente y una menor «fuerza de los determinantes tradicionales de localización en el centro metropolitano», que en opinión del autor parece ir debilitándose conforme «las operaciones maduran, la tecnología mejora los transportes y las telecomunicaciones, y conforme tales determinantes se deterioran o encarecen» (BODENMAN, *op. cit.*: 123).

Distintas son las conclusiones a las que llegan Aguilera y sus colaboradores (2001 y 2002) en sus trabajos sobre la aglomeración de Lyon, los cuales tienen para nosotros un interés suplementario por abordar de forma conjunta todas las actividades de servicios a empresas y por estar ambientados en una metrópolis francesa, cuya problemática resulta a un investigador europeo más próxima que la norteamericana, con vistas a la posible aplicación de sus criterios y procedimientos de investigación.

Establecen que el desarrollo de los servicios a la producción en las periferias metropolitanas es todavía limitado, de modo que muchos de ellos se caracterizan por tener una alta *tasa de centralidad* (o proporción de establecimientos en el centro). Por otra parte las encuestas de valoración de factores de localización, semejantes éstos a los utilizados por Bodenman y otros autores, revelan importantes diferencias en las estrategias locacionales de los distintos servicios a la producción. Tales diferencias derivan de la naturaleza de las prestaciones (contenido en información tácita, posibilidades de estandarización y de realización de ganancias de productividad) así como de la geografía de sus áreas de mercado o procedencia de su facturación (intrametropolitana, en las empresas locales; extrametropolitana, en las exportadoras). Se obtiene así una tipología muy útil para interpretar situaciones contrastadas tanto sectoriales —inter e intra— como espaciales y que no quedaban suficientemente explicadas en otros trabajos.

La metodología desarrollada por estos investigadores permite considerar adecuadamente al heterogéneo conjunto que constituyen los servicios a la producción y obtener evidencias menos sesgadas por los problemas que hemos ido apuntando en este trabajo y, por tanto, más generalizables. Y se sigue apostando por la proximidad al cliente como variable locacional clave. En este punto vienen a coincidir con estudios realizados sobre actividades que basan sus estrategias competitivas en la diferenciación del producto, lo que consiguen mediante su «creatividad, investigación y desarrollo, rápida respuesta a las necesidades del cliente y atención personal» (LINDAHL y BEYERS, 1999: 18). También la proximidad aparece como un factor clave para las

actividades cuya localización busca maximizar las rentas de localización (GÉNEAU y STASZAK, 2000).

Aunque la *lista* que contiene los factores de las variaciones locacionales de los servicios a empresas parece estar ya cerrada, algunos autores opinan que los procesos deben ser todavía mejor perfilados. Así por ejemplo en una interesante investigación centrada en el Sudeste inglés (COE y TOWNSEND, 1999) se desafía la interpretación habitual del crecimiento de los servicios a empresas en áreas periféricas (entorno de Londres en este caso), y se defiende la importancia de una dinámica regional propia. Fundamentan los autores su argumento en la revelación en las encuestas de la predominancia en el tejido empresarial de las «empresas nuevas» y de *spin-off* de otras preexistentes. Aunque su trabajo se centra en las empresas de servicios informáticos, y se apoya en la fuerte tradición de industrias informáticas del sudeste de Inglaterra, es oportuna su reivindicación de que el crecimiento de las actividades de servicios a empresas pueda ser también «producto de la estructura económica local de la que emergen» (COE y TOWNSEND, *op. cit.*, 394), en lo que constituiría una prueba de la vigencia de procesos de causación acumulativa y, en opinión de los autores, de que a estos niveles «la historia importa» (COE y TOWNSEND, *op. cit.*, 396).

## 5. CONCLUSIÓN

Se ha presentado una panorámica parcial aunque representativa del acervo metodológico para estudiar la localización de los servicios a la producción. Creemos haber ilustrado los problemas de comparación entre trabajos así como lo arriesgado que resulta generalizar respecto de las pautas y dinámicas espaciales de estas actividades. Hemos puesto ejemplos de los diversos criterios relativos a la desagregación sectorial y espacial, así como sobre el marco temporal de análisis. Y se ha mencionado también la escasa modelización presente en los trabajos, que no se debe a la inexistencia de propuestas.

Ahora bien, la proliferación de soluciones *ad hoc* puede ser también interpretada como signo del gran atractivo que tiene este campo de estudio, en el que confluyen —como se ha visto— la Geografía urbana, la Geografía económica, la Ordenación del territorio, entre otras ramas del saber. Es deseable que la investigación continúe, sobre todo en España donde todavía los trabajos de carácter empírico fuera de nuestras grandes ciudades son escasos. Y confiamos en que tales trabajos contribuyan a construir

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, A. (2001): «Proximité et localisation intramétropolitaine des services aux entreprises», en *IIIèmes Journées de la Proximité: Nouvelles Croissances et Territoires*. Paris, Instituto Nacional de la Administración (INA).
- , (2002): «Les services aux entreprises dans les espaces periurbains: un développement encore mesuré», en *Actes du XVIIIème Colloque de l'Association de Science Régionale en Langue Française (ASRDLF)*, Québec.

- AGUILERA-BELANGER, A. y ARABEYRE PETIOT, A. (2001): «Transport infrastructures and metropolitan location of business services. The case of the metropolitan area of Lyon», en *Actas de la Novena Conferencia Mundial de la World Research Transport Society (WRTS)*, Seúl.
- BEYERS, W. (1991): «Trends in the producer services in the USA: the last decade», en DANIELS, P. W., coord. *Services and metropolitan development*, Routledge, págs. 146-172.
- BEYERS, W. y LINDAHL, D. (1996): «Croissance et localisation des services aux entreprises aux Etats Unis», en *L'Espace Géographique*, 4, págs. 315-322.
- BODENMAN, J. (1998): «The Suburbanization of the Institutional Investment Advisory Industry: Metropolitan Philadelphia, 1983-1993», en *Professional geographer*, 50 (1), págs. 112-126.
- BRISTOW, G., GRIPAIOS, P. y MUNDAY, M. (1999): «Financial and Business Services and Uneven Economic Development: some Welsh evidence», en *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 90 (2), págs. 156-167.
- BRYSON, J., DANIELS, P. y WARF, B. (2004): *Service worlds. People, organisations, technologies*, Routledge.
- COE, N. y TOWNSEND, A. (1998): «Debunking the myth of localized agglomerations: the development of a regionalized service economy in South East England», en *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23, págs. 385-404.
- COFFEY, W. (1996): «Forward and backward linkages of producer-services establishments: evidence from the Montreal Metropolitan Area», en *Urban Geography*, 17, págs. 604-632.
- , (2000): «The Geographies of producer services», en *Urban Geography*, 21, págs. 170-183.
- COFFEY, W. y SHEARMOUR, R. (1997): «The growth and Location of High Order Services in the Canadian Urban System, 1971-1991», en *Professional Geographer*, 49 (4), págs. 404-418.
- CUADRADO ROURA, J. R. y DEL RÍO (1994): «La importancia de los servicios a la producción en la nueva política regional», en CURBELO, J. L. et al., eds, *Territorios en transformación (Análisis y propuestas)*, Madrid, CSIC, págs. 423-444.
- CUADRADO ROURA, J. R. y RUBALCABA BERMEJO, L. (2000): *Los servicios a empresas en la industria española*, Madrid, Instituto de Estudios Económicos.
- DAUDÉ, E. (2001): «Analyse de processus centralisé de diffusion spatiale: le cas des établissements de services rendus aux entreprises». Paris, V Encuentro de Teoría Cuantitativa.
- ESPARZA, A. y KRMENEC, A. (1996): «The spatial market of cities organized as a hierarchical system», en *The Professional Geographer*, 48 (4), págs. 367-378.
- GAGO SALDAÑA, D. (2000): *Las relaciones entre servicios a empresas e industria en el contexto regional*, Alcalá de Henares, Laboratorio de Investigación del Sector servicios, Documento de trabajo nº 2/2000.
- GARCÍA, J. C., MÉNDEZ, R. y MICHELINI, J. J. (2004): «¿Industria o servicios? La terciarización del espacio productivo en la ciudad de Madrid», en *Entornos empresariales, capacidad de innovación y desarrollo territorial*, I Jornadas de Geografía Económica (comunicaciones), Grupo de Geografía Económica de la Asociación de Geógrafos Españoles, Universidad de Valladolid.
- GATRELL, J. (2002): «Business services, Productivity and Wages: Metropolitan and Nonmetropolitan Michigan counties, 1977-1997», en *The professional geographer*, 54 (3), págs. 365-378.
- GÉNEAU DE LAMARLIÈRE, I. y STASZAK, J. F. (2000): *Principes de Géographie Économique*, Paris, Bréal.
- GONG, H. (2001): «A hierarchical Change Model of Business and Professional Services in the United States», en *Urban geography*, 22 (4), págs. 340-359.
- HARRINGTON, J. (1995): «Producer Services Research in U. S. Regional Studies», en *The professional geographer*, 47 (1), págs. 87-96.
- HERMOSILLA, A. (1997): «El consumo de servicios por la industria española. La encuesta de servicios a la industria», en *Economía industrial*, 313, págs. 77-92.

- ILLERIS, S. (1996): *The service economy. A geographical approach*, John Wiley and sons.
- JORDÁ BORRELL, R. (2003): «Proceso innovador y capacidad de creación de espacio de los servicios avanzados (SA) en Andalucía», en *Geographicalia*, 43, págs. 47-80.
- LABORDE, P. (2003): «Les services aux entreprises et le système urbain espagnol», en D'Entremont, *et al.* eds, en *Homenaje a Manuel Ferrer Regales*, Pamplona, Ediciones Universidad d Navarra, S.A., págs. 487-502
- LINDAHL, D. y BEYERS, W. (1999): «The creation of competitive advantage by producer services establishments», en *Economic geography*, 75 (1), págs. 1-20.
- MACPHERSON, A. (1997): «The role of Producer Service Outsourcing Performance of New York State Manufacturing Firms», en *Annals of the Association of American Geographers*, 87 (1), págs. 52-71.
- MAÑAS ALCÓN, E. (1992): «La demanda de servicios a empresas según tamaño. Actividad y localización», en *Papeles de Economía Española*, 50, págs. 307-311.
- MARSHALL, N. y WOOD, P. (1995): *Services and space*, Longman,
- MIGNOT, D. (1999): «Metropolisation et Nouvelles Polarités. Le cas de l'agglomération lyonnaise», en *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, 36, págs. 87-112.
- MORENO, A. y ESCOLANO, S. (1992): *El comercio y los servicios para la producción y el consumo*, Madrid, Síntesis.
- MORENO JIMÉNEZ, A. (1997): «Los servicios a empresas en el espacio intametropolitano: localización dinámicas y políticas», en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 24, págs. 29-52.
- NUNN, S. y WARREN, R. (2000): «The intrametropolitan distribution of computer services employment, 1982 and 1993», en *Urban Geography*, 21 (5), págs. 406-427.
- PARDOS, E. y GÓMEZ, A. (2003): *Aproximación a los servicios a empresas en la economía aragonesa*, Zaragoza, Fundación Economía Aragonesa (FUNDEAR).
- PASCUAL I ESTEVE, J. (1990): «Los servicios avanzados a las empresas en la estrategia de las ciudades», en *Papeles de Economía Española*, 42, págs. 169-172.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, D. y MERINO DE LUCAS, F. (2001): *The demand of business services in Spain*, Alcalá de Henares, Laboratorio de Investigación del Sector servicios, Documento de trabajo n.º 2/2001.
- RUBALCABA BERMEJO, L. y colbs. (1998): *Crecimiento y geografía de los servicios a empresas en el contexto de la nueva sociedad servindustrial: el caso de la Comunidad de Madrid*, Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, serie Estudios y Análisis (con la colaboración de la Universidad de Alcalá).
- RUBALCABA BERMEJO, L. (2001): *La economía de los servicios a empresas en Europa*. Madrid, Pirámide.
- RUSTEN, G. (2000): «Geography of outsourcing: business services provisions among firms in Norway», en *Tidjschrift voor economische en sociale geografie*, 91 (2), págs. 122-134.
- SOY, A. (1997): «Servicios a las empresas y desarrollo regional y urbano: el caso de Cataluña», en *Economía industrial*, 313, págs. 105-114.
- TICKELL, A. (1999): «The Geographies of services: new wine in old bottles», en *Progress in Human Geography*, 23,4, págs. 633-639
- , (2001): «Progress in the geography of services II: Services, the State and the rearticulation of capitalism», en *Progress in Human Geography*, 25, 2, págs. 283-292.
- , (2002): «Geography of services: Progress in the geography of services III- time to move on?», en *Progress in Human Geography*, 26, 6, págs. 791-801.
- WENNERHEIM, C. M. y SHARPE, C. A. (1999): «Producer services and the mixed-market problem: some empirical evidence», en *Area*, 31, 2, págs. 123-140.
- WOOD, P. (1997): «El crecimiento de los servicios a empresas: Implicaciones para estudios de reestructuración económica y desarrollo regional», en *Economía Industrial*, 313, págs. 45-57.

