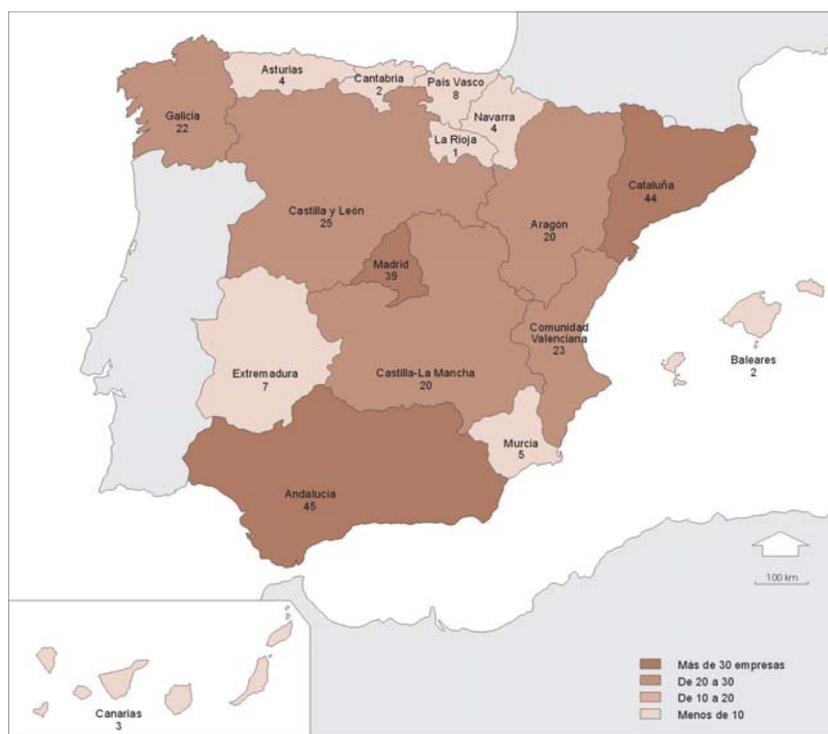


Eva Parga-Dans

## El Mercado del Patrimonio: nacimiento, estructura y desarrollo de las empresas que gestionan el patrimonio arqueológico



Santiago de Compostela 2009



**CSIC**  
CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS



# CAPA 21

Cadernos de Arqueología e Patrimonio

**El Mercado del Patrimonio: nacimiento, estructura y desarrollo de las empresas que gestionan el patrimonio arqueológico**

Eva Parga-Dans



Laboratorio de Patrimonio  
Consejo Superior de Investigaciones Científicas

Data de edición: noviembre 2009

# CAPA 21

Cadernos de Arqueoloxía e Patrimonio

## Consello de redacción

Felipe Criado Boado, CSIC (director)

Manuel Santos Estévez, CSIC (secretario)

Marco Virgilio García Quintela, Universidade de Santiago de Compostela

Almudena Hernando Gonzalo, Universidad Complutense

Faustino Infante Roura, Dirección Xeral de Patrimonio Cultural (Xunta de Galicia)

Francisco Burillo Mozota, Universidad de Zaragoza

Antonio Martínez Cortizas, Universidade de Santiago de Compostela

Ignacio Montero Ruiz, CSIC

Rafael Mora Torcal, Universitat Autònoma de Barcelona

## Consello asesor

Alejandro Haber, Universidad Nacional de Catamarca (Argentina)

Almudena Orejas, CSIC

Ignacio Rodríguez Temiño, D. G. de Bienes Culturales, Junta de Andalucía

Margarita Fernández Mier, Universidad de León

María Ángeles Querol Fernández, Universidad Complutense

Romualdo Seva Román, Universitat de Alacant

Víctor Fernández Martínez, Universidad Complutense

## Edita

Laboratorio de Patrimonio (LaPa)

Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

## Enderezo de contacto

Instituto de Estudos Galegos Padre Sarmiento

San Roque, 2

15704 Santiago de Compostela

Teléfono +34 981 547053

Fax +34 981 547104

E-mail [lapa@iegps.csic.es](mailto:lapa@iegps.csic.es)

Web [www.iegps.csic.es/lapa](http://www.iegps.csic.es/lapa)

**Depósito Legal:** C-3666-2009

**ISSN:** 1579-5349

## TABLA DE CONTENIDO

|                                                                                                                                                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Presentación</b> .....                                                                                                                        | <b>5</b>  |
| <b>Discusión del marco teórico</b> .....                                                                                                         | <b>5</b>  |
| Introducción .....                                                                                                                               | 5         |
| Marco teórico .....                                                                                                                              | 7         |
| Descripción del objeto de estudio .....                                                                                                          | 9         |
| <b>Objetivos y metodología</b> .....                                                                                                             | <b>10</b> |
| Objetivos.....                                                                                                                                   | 10        |
| Objetivo general .....                                                                                                                           | 11        |
| Objetivos específicos.....                                                                                                                       | 11        |
| Hipótesis .....                                                                                                                                  | 11        |
| Metodología .....                                                                                                                                | 11        |
| Fase 1: Análisis del estado de la Arqueología Comercial en España a través de la búsqueda de textos en relación a esta temática .....            | 11        |
| Fase 2: Identificación y localización de las empresas de Arqueología establecidas en el territorio español .....                                 | 11        |
| Fase 3: Entrevistas piloto a directivos de empresas de Arqueología y tratamiento de los datos para establecer una primera toma de contacto ..... | 12        |
| <b>Análisis descriptivo del sector</b> .....                                                                                                     | <b>13</b> |
| Aproximación al sector .....                                                                                                                     | 13        |
| Marco normativo .....                                                                                                                            | 15        |
| Estructura socioeconómica de la empresa arqueológica española y gallega .....                                                                    | 16        |
| Descripción de la empresa arqueológica gallega desde la óptica de sus empresarios .....                                                          | 17        |
| Análisis preliminar de los agentes, de sus roles en el proceso y de sus interacciones .....                                                      | 19        |
| Administración Pública .....                                                                                                                     | 20        |
| Academia .....                                                                                                                                   | 20        |
| Las Universidades .....                                                                                                                          | 20        |
| Organismos Públicos de Investigación .....                                                                                                       | 20        |
| Museos .....                                                                                                                                     | 20        |
| Sector Privado .....                                                                                                                             | 21        |
| Clientes, promotores y /o usuarios.....                                                                                                          | 21        |
| <b>Conclusión y actividades futuras</b> .....                                                                                                    | <b>21</b> |
| Recapitulación .....                                                                                                                             | 21        |
| Actividades futuras .....                                                                                                                        | 22        |
| Valoración crítica .....                                                                                                                         | 23        |
| Relaciones entre los agentes .....                                                                                                               | 24        |
| <b>Bibliografía</b> .....                                                                                                                        | <b>25</b> |
| <b>Agradecimientos</b> .....                                                                                                                     | <b>28</b> |
| <b>Anexos</b> .....                                                                                                                              | <b>31</b> |
| Guión entrevista Universidad (Comunidad Valenciana) .....                                                                                        | 31        |
| Guión entrevista administración (Comunidad Valenciana) .....                                                                                     | 32        |
| Guión entrevistas empresarios de arqueología de Galicia .....                                                                                    | 33        |
| <b>Tablas</b> .....                                                                                                                              | <b>37</b> |
| <b>Figuras</b> .....                                                                                                                             | <b>39</b> |

## Ficha Técnica

### Autoría do texto

Eva Parga Dans

### Dirección do proxecto

Felipe Criado Boado y Xavier Vence Deza

### Data de redacción do orixinal

Xuño de 2007

### financiamento

Financiamento da edición: Laboratorio de Patrimonio

CAPA 21

## El Mercado del Patrimonio: nacimiento, estructura y desarrollo de las empresas que gestionan el Patrimonio Arqueológico

Eva Parga-Dans

Becaria Predoctoral I3P

Laboratorio de Patrimonio (LaPa)

Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

Trabajo de investigación dirigido por Felipe Criado Boado y Xavier Vence Deza

Primeira edición

### Resumen

En este trabajo se ha realizado una aproximación al proceso de innovación, como un factor determinante del crecimiento económico, aplicado al surgimiento y al desarrollo de un nuevo nicho de mercado: la Arqueología Comercial, que se constituye como una oferta de servicios a finales de la década de los ochenta. Esta actividad, que toma forma de servicio, se comercializa y se privatiza a través de una nueva orientación de la demanda político-social. Dicha actividad pasa a formar parte de la lógica del mercado y es así como tiene lugar un nuevo proceso de innovación que conforma la Arqueología Comercial.

### Abstract

In this study we have made an approach to the innovation process, as a determinant factor of economic growth, applied to the emergence and development of a new niche of market: Commercial Archaeology, it is an offer services that begins at the end of the eighties. We examined this activity as a form of service, the marketing and the development of this work and the privatization through a socio-political orientation of the demand. Such activity becomes part of the logic of the market and that is a new innovation process that conforms Commercial Archaeology.

### Palabras Clave

Arqueología Comercial, Innovación, Innovación Social, Patrimonio Cultural

### Keywords

Commercial Archaeology, Innovation, Social Innovation Cultural Heritage

## NOTA INTRODUCTORIA

La fecha de redacción de este trabajo se corresponde con junio de 2007. Hasta ese momento se llevó a cabo un acercamiento descriptivo al sector arqueológico español y a las aproximaciones teóricas relacionadas con los procesos de innovación, con el objeto de construir un modelo teórico y analítico, que posteriormente permitiese analizar la profesión arqueológica desde una óptica socioeconómica vinculada con la innovación y la transferencia de conocimiento. A día de hoy (noviembre de 2009), este trabajo está muy avanzado y próximamente (finales 2010) se publicará una versión más actualizada.

## PRESENTACIÓN

En este trabajo realizamos un acercamiento al proceso de innovación, como un factor determinante del crecimiento económico, aplicado al surgimiento y al desarrollo de un nuevo nicho de mercado: la Arqueología Comercial que se constituye como una oferta de servicios a finales de la década de los ochenta. El análisis que presentamos se estructura en torno a cuatro capítulos:

El primero de ellos es de corte introductorio, en el realizamos una presentación del tema de investigación así como del interés del estudio al hilo del contexto histórico, social y económico. También se explica el marco teórico que servirá de enfoque al desarrollo de la investigación: la estructuración de una nueva oferta entendida como una innovación social y su análisis desde las teorías sistémicas de la innovación.

En el segundo capítulo se tratan cuestiones metodológicas; primeramente se lleva a cabo una descripción del objetivo principal del trabajo, así como de los específicos. A partir de aquí se plantean una serie de hipótesis que han de ser dilucidadas en relación a unas técnicas metodológicas que además persiguen cumplir los objetivos planteados.

En el tercer capítulo se realiza una descripción de los principales resultados obtenidos una vez aplicada la metodología; se lleva a cabo una presentación de los datos recabados y se analiza la información que aportan en relación al interés del presente estudio.

En el cuarto capítulo se exponen las principales conclusiones atendiendo a los objetivos e hipótesis propuestas y a la información recogida y analizada. En este apartado también se detallan las actividades futuras para continuar en esta línea de trabajo.

Finalmente, y cerrando estas páginas, se presentan los anexos así como la bibliografía empleada.

## DISCUSIÓN DEL MARCO TEÓRICO

### Introducción

Las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales conforman los modelos de organización social que definen las estructuras de los estados, regiones y territorios. Partiendo de estas ideas, en el presente trabajo analizamos **cómo estas transformaciones han afectado y afectan al marco del Patrimonio Cultural**. Concretamente, tomando como marco de referencia las teorías de la innovación, ponemos el énfasis en el ámbito de la Arqueología en su vertiente comercial, como un nuevo nicho de mercado resultado del surgimiento de una nueva demanda.

Existe un consenso generalizado en considerar la **innovación** como un factor determinante del crecimiento económico y de la competitividad en las empresas; lo cual ha conducido a un renovado interés por el estudio de este proceso y de sus consecuencias. Actualmente, las teorías en torno a esta temática se han convertido en importantes en los análisis socioeconómicos y en la toma de decisiones políticas. Es por ello que, desde esta perspectiva, pretendemos explicar el surgimiento y el desarrollo de la **Arqueología Comercial**, para que logre consolidarse en el mercado, de forma que pueda ofertarse como un servicio que tenga un impacto social, económico y político beneficioso en el ámbito en el que se desarrolla.

Partiendo del surgimiento de este mercado como una nueva necesidad que conforma una oferta, al hilo de los cambios acaecidos hasta el momento, entendemos este proceso como una **innovación social**, esto es “*un nuevo acercamiento, práctica o intervención de un nuevo producto desarrollado con el objetivo de mejorar una situación o solucionar un problema social que ha sido adoptado por una institución, organización o un cliente comunitario*” (Camil Bourchard, 1999)<sup>1</sup>. En el caso de este estudio la innovación social adopta la forma de un nuevo servicio: la Arqueología Comercial. Ello implica un aprendizaje y cambio de gestión de recursos y activos; unas interacciones entre agentes; capacidades para enfrentar nuevos problemas y la búsqueda de herramientas para combinar en la resolución de los mismos, lo cual produce un modelo creativo y transformador. En definitiva, hacer las cosas de manera que no se han hecho hasta ahora para enfrentar problemas reales que una comunidad o grupo humano tiene y esa forma inédita de hacer las cosas tiene un impacto en la calidad de vida de dicha comunidad o grupo.

Las transformaciones que han tenido lugar a finales del siglo XIX han desembocado en una nueva forma de entender y gestionar el Patrimonio Cultural, dichos cambios han introducido la naturaleza compleja del proceso innovador que implicó nuevas relaciones entre tecnología, sociedad, economía, política, cultura y contexto. Para entender el proceso de transformación analizamos resumidamente el paso de la sociedad industrial a la sociedad postindustrial, basado en el crecimiento de una pluralidad de modelos organizativos, en la búsqueda de soluciones diversificadas y comportamientos culturales heterogéneos.

<sup>1</sup> Definición de Camil Bourchard, en conjunto con los miembros de Social Innovation Work Group, Recherche en sciences humaines et sociales et innovations sociales: Contribution à une politique de l'inmatériel research in humanities and social sciences and social innovations: contribution to a policy of the non-material). Conseil québécois de la recherche sociale (Québec social research council), 1999.

Tras la Segunda Guerra Mundial, en los países occidentales se produce un importante punto de inflexión: se han ido produciendo diversos cambios que afectan a todos los órdenes de la vida, ya sean aspectos sociales, políticos, económicos, culturales... En este período histórico el modelo de producción por excelencia instaurado era el fordismo o la producción en masa y el modelo político imperante era el keynesiano. Como consecuencia, es en este momento cuando se produce un aumento del nivel de vida del conjunto de la población ligado a situaciones de pleno empleo, al establecimiento de unas mayores cotas de calidad de vida y de trabajo de grandes masas de ciudadanos.

Paralelamente, se ha ido consolidando el acceso creciente de la clase obrera y la clase media a los bienes de consumo, fenómeno que instauró la llamada **sociedad de consumo de masas**, lo que actuó como un modo de reactivación de la economía y del empleo. El inicio de este modelo social está íntimamente relacionado con el desarrollo del sistema capitalista y con el auge del fordismo, lo que permite dotar a la clase trabajadora de cierta capacidad adquisitiva.

Aunque esta situación ha cambiado bastante hasta la actualidad (crisis del petróleo de 1975, crisis del modelo keynesiano, auge de los sistemas políticos neoliberales, descolonización, descentralización productiva y subcontratación de la producción, toyotismo...), el contexto de la II Guerra Mundial nos sirve para localizar el nacimiento de la sociedad de consumo de masas, aspecto de gran trascendencia en el marco de este trabajo, como seguidamente se analizará.

A raíz de este contexto, los patrones de demanda han ido transformándose hasta la actualidad. En un principio, era imperante un consumo puramente material basado en el utilitarismo de los productos, ahora éste se ve solapado por un **consumo cultural, social y simbólico**; es decir, a la obtención de objetos por su valor de uso<sup>2</sup> hay que acompañarle el valor simbólico e identitario que estos adquieren, esto es, el comienzo de la **cultura de la posmodernidad**. Autores como Baudrillard (1974), Jameson (1995), Featherstone (2000) o Maffesoli (2004) nos hablan de la ciudad posmoderna cargada de imágenes de las cuales los individuos no pueden aislarse, son significantes culturales. Cualquier objeto es presentado en claves de ocio y de consumo; el consumo ya no es un proceso pasivo, construye la imagen del individuo en la sociedad.

En palabras de Mandel (1994) surge el capitalismo contemporáneo, que es un capitalismo tardío cuya característica esencial es el **nuevo papel de la cultura**. Está caracterizado por la necesidad vertigi-

<sup>2</sup> En términos de K. Marx las mercancías tienen tres características: valor de uso, valor de cambio y trabajo humano. Distinción expuesta por Marx, K. (1867): *El Capital*. Vol. I libro primero, pág. 3-47.

nosa de ofrecer mercancías nuevas, productos rediseñados y, por tanto, la capacidad creativa es esencial e inherente a la mercancía, lo cultural se introduce en la producción; todo ello afecta a las necesidades que acaban formando parte de nuestra vida cotidiana. Así, personas y los grupos se expresan y se manifiestan, cada vez más, por medio del consumo; todo ello implica la profusión de diferentes signos, símbolos e imágenes, los cuales hacen más difuso el significado de los bienes y servicios y con ellos los gustos. Por todo ello ha habido un aumento de la oferta y de la diversificación de bienes y servicios por el mercado ofertados y, con ellos, una pluralidad de significados. También se apunta, desde la perspectiva de la **posmodernidad** (Borrás Catalá, 1998), a una serie de valores triunfantes como el goce inmediato, el vivir el presente, el hedonismo y el narcisismo que, establecidos en una cultura del exceso, de la sobreproducción y del gasto, configuran la nueva cultura en la que el sector servicios experimenta en este contexto un gran auge.

En este contexto de sociedad postindustrial, de la información y del ocio, en la que se impone el mercado y los valores de consumo como fundamento de toda legitimidad se produce una nueva actitud hacia el **Patrimonio Cultural**: *“una sociedad proteica, descentralizada, en la que se nos impone el mercado como árbitro de lo real y el individualismo como fuente esencial de legitimidad, produce un nuevo tipo de actitudes hacia el Patrimonio Histórico, caracterizadas esencialmente porque éste deja de ser un monumento absoluto y perenne y pasa a ser un bien estratégico y de uso”* (Criado, 1996); que se concreta en un nuevo modo de entender la Arqueología.

El disfrute de estas disciplinas deja de estar relegado a las elites sociales cuyo estatus, entre otras cuestiones, era medido por el tiempo de ocio ostensible<sup>3</sup> (Veblen, 1899) y por la cultura ilegítima<sup>4</sup> (Bourdieu, 1988). El Patrimonio Cultural se reconvierte, entonces, en un bien que se pone al alcance de todos. Es a partir de estos cambios y transformaciones cuando nace la rama comercial de la Arqueología; analizada como una innovación social, ya que surge este mercado como el resultado de una nueva necesidad, del cambio de los valores y ello implicará una estructuración de este sector que estará marcada por las corrientes neoliberales imperantes en esta época.

El nacimiento de la vertiente comercial de la Arqueología se origina a raíz de la privatización de esta actividad. Es decir, hasta finales de los ochenta, la actividad arqueológica se ceñía al ámbito académi-

co; pero es a partir de la llegada del neoliberalismo como modelo económico imperante en nuestra sociedad (instaurado por Thatcher en Inglaterra en 1979 y por Reagan en USA en 1980), del desarrollo del proceso de globalización, cuando surge este nuevo servicio, en un contexto en el que se impone el mercado como el modelo de legitimación y en el que el Patrimonio Cultural es puesto en valor. Con la instauración de esta nueva corriente se sustituye el modelo keynesiano que potenciaba el papel del Estado de Bienestar, a partir de ahora se vuelve al paradigma clásico de la oferta y la demanda, al mercado como agente regulador y se abre un proceso de **privatización de empresas** del cual la Arqueología no es una excepción.

En la década de los setenta se produce un escenario desconocido caracterizado por una subida de la inflación y del desempleo simultáneamente, algo que el sistema keynesiano no contemplaba y todo ello implicó un estancamiento económico que se reajusta a través de las políticas neoliberales, la oferta es la que determina el precio de la producción, dinero y trabajo; el crecimiento económico no tiene en cuenta la creación de empleo.

En definitiva, a través de esta introducción se ha tratado de diseñar la perspectiva que dará continuación a este trabajo y que implica que ningún fenómeno permanece aislado de su contexto. La Arqueología Comercial, tema clave en estas páginas, ha ido desarrollándose y constituyéndose en función de un período temporal y espacial al hilo de unos determinados cambios sociales, demográficos, culturales... que a menudo desembocan en innovaciones sociales; como fuentes de transformación que crean nuevas necesidades y cambios en los estilos de vida y en la organización social.

## Marco teórico

El análisis teórico que desarrollamos versa sobre los distintos enfoques existentes sobre el proceso de innovación, entendiéndolo por éste el resultado de un proceso colectivo de creación y utilización de conocimiento en el que participan unos agentes que responden a diferentes objetivos y formas de entender la interacción. Es decir, este proceso implica una interrelación entre los actores involucrados del sistema, los cuales se circunscriben en éste a través de distintos intereses, caracterizados por una cultura, una estructura económica, política y social. La idea central del proceso de innovación es la existencia de relaciones entre los agentes del ámbito productivo, administrativo, financiero, académico... más allá de la propia actividad investigadora y del desarrollo tecnológico, actividades que caracterizan al sistema de I+D (Vence, X., 2001).

Es así como comienzan a formularse los diferentes enfoques y teorías sobre los procesos de innovación. Una de ellas es el modelo denominado **“Triple Hélice”**, desarrollado por Etzkowitz y Leyersdorff (1998), en el cual se establece una relación trilateral entre universidad, empresa y gobierno, donde la universidad desempeña un rol clave. Otro enfoque similar sería el **“Triángulo de Sábado”**, concepto acuñado por Jorge Alberto Sábado en 1968, que se basa

<sup>3</sup> El status se mide por la ociosidad, es deseable y es lo que distingue a las clases altas ya que la gente que trabaja no tiene tiempo para ello. En Veblen (1899): *La teoría de la clase ociosa*.

<sup>4</sup> Hace referencia a la cultura que no se aprende en la escuela pero que distingue a las clases altas: saber comer, el gusto, entendimiento del arte... En Bourdieu (1988): *La Distinción*.

en el mismo esquema aunque haciendo hincapié en el papel del gobierno.

Otros autores introdujeron los modelos de **Sistemas Nacionales de Innovación** como un conjunto de elementos y relaciones que inciden en el desarrollo de la capacidad innovadora de un país o territorio (Freeman, 1998; Lundvall, 1988). Este proceso se plantea de forma interactiva y dinámica, destacando el papel de las empresas a la hora de demandar y desarrollar conocimiento.

Esta concepción del modelo de innovación más interactiva, en el que la empresa se implica con un grado mayor, es consecuencia del desarrollo de este mercado globalizado y competitivo, en el que la innovación se convierte en una exigencia para el éxito de una empresa. Es por ello necesario tener en cuenta el papel del conocimiento en el proceso de innovación, la intensidad de este capital intangible, al mismo tiempo que las TIC experimentan una difusión espectacular lo que favorece su transferencia. Dicho fenómeno es recogido por Foray (2000) en su análisis sobre las **economías basadas en el conocimiento**.

Sobre los análisis de los sistemas de innovación existen ciertas variaciones según los diferentes autores, los comienzos teóricos de estos procesos parten del concepto de "**Sistema de Innovación Nacional**". Cabe señalar el planteamiento de Freeman (1998) que utiliza estas nociones para tratar de interpretar la actuación de Japón en el período de la post-guerra. Éste identifica un número vital y distintivo de elementos en su sistema nacional de innovación al cual se pudo atribuir su éxito en términos de innovación y crecimiento económico. Para ello analiza "*la red de instituciones de los sectores públicos y privados cuyas actividades e interacciones inician, importan, modifican y difunden nuevas tecnologías*".

Por su parte, Lundvall (1988) es otro autor pionero en estos procesos y define los sistemas de innovación a través de "las partes y aspectos de la estructura económica y del marco institucional que afectan al aprendizaje como la investigación, el sistema de producción, el sistema de marketing y el sistema financiero que se constituyen como subsistemas donde el aprendizaje tiene lugar". Es interesante su modelo porque incluye y analiza organizaciones e instituciones que realizan actividades de investigación como departamentos de I+D, institutos tecnológicos y universidades; también tiene en cuenta el marco institucional, la estructura económica, el sistema de producción, el sistema de marketing, el sistema financiero y de aprendizaje de cada nación. Este autor recoge la importancia del territorio en la organización interna de las empresas a través del énfasis en el elemento nacional, así como sus relaciones en el proceso de innovación.

A partir de estos primeros desarrollos conceptuales, numerosos autores continuaron analizando y profundizando en la conceptualización de los sistemas de innovación nacional. Esta visión de límite nacional se ha ido modificando con el tiempo, en lo que a términos geográficos se refiere. Se ha ido ampliando y desarrollando este enfoque incluyendo otras escalas diferentes: superior (regiones continen-

tales) e inferiores, distinguiéndose los sistemas regionales y locales.

Los sistemas de innovación continúan siendo un terreno esencial del análisis económico. Su importancia deriva de las redes de relaciones necesarias para cualquier empresa a la hora de innovar. Aunque la importancia de las conexiones internacionales externas es ciertamente creciente, la influencia del sistema de educación nacional, las relaciones industriales, las instituciones científicas y técnicas, las políticas gubernamentales, las tradiciones culturales y muchas otras instituciones nacionales son fundamentales.

La innovación puede ser considerada como el resultado de una acción múltiple y coordinada del gobierno, la estructura productiva y la infraestructura científico-tecnológica que representa el sistema de relaciones entre estos elementos. Así pues, la Administración es considerada una variable que influye en el marco de sus diferentes políticas, la Universidad como agente de aprendizaje e investigación, la estructura productiva, la puesta en práctica de estas directrices y el cliente (demandante del producto o proceso final).

En estos modelos se resalta la importancia de la empresa en los procesos de innovación y la necesidad de que los diferentes actores que intervienen en estos procesos estén comprometidos, pero además adquieren relevancia las interacciones entre los mismos, los mecanismos de intercambio y retroalimentación de la información, así como el stock de conocimientos y, finalmente, las redes que se crean entre los diversos actores en los citados procesos de interacción.

Hemos visto cómo a través del concepto de sistemas nacionales de innovación ha ido cambiando el enfoque de la innovación. Desde la II Guerra Mundial hasta los años ochenta se había venido utilizando el **enfoque lineal de la innovación**. Dicho modelo tiene como objeto sacar al mercado nuevos productos o modificar los procesos de fabricación, y para ello considera una sucesión de etapas que se inician con la de la investigación científica: es decir, son necesarias las actividades de I+D para lograr incorporar nuevos productos o procesos en el mercado. Este enfoque ha sido a menudo criticado debido a la importancia de la inversión de recursos en I+D que, se ha ido demostrando que, por sí solo, no garantiza la innovación. Ello es así porque este modelo se fija exclusivamente en los factores cuantitativos del sistema de innovación, pero no se pueden descuidar los factores cualitativos. Por lo tanto, las críticas a esta concepción lineal defienden cómo el proceso de innovación no tiene lugar de acuerdo con la lógica lineal de este modelo, por el contrario debe ser conceptualizado como un proceso bastante abierto.

Es a partir de los años ochenta cuando empieza a tener fuerza el denominado **enfoque interactivo de los procesos de innovación**. Este modelo pone el acento en el papel fundamental de la empresa en la concepción de los procesos de innovación, que recurre a las actividades de I+D cuando no consigue el conocimiento que precisa a través de la interac-

ción con otros agentes: suministradores, otras empresas, ferias, patentes, bibliografía... y es así cómo estas actividades dejan de ser consideradas el origen indiscutible del proceso innovador. Ahora se consideran de máxima importancia las interrelaciones y colaboraciones entre los distintos agentes que intervienen en el mismo sistema. Estas relaciones ayudan a las empresas a disminuir el riesgo asociado a la innovación, a tener acceso a nuevas tecnologías o a resultados de investigación, a adquirir componentes tecnológicos clave para un proceso o producto, a incorporar el personal técnico con la cualificación o experiencia necesaria (Castro, E. y Fernández de Lucio; 2001).

A través de estas páginas hemos visto cómo un sistema de innovación no es lo mismo que un sistema de I+D. Este último se refiere al conjunto de elementos o instituciones que realizan actividades de investigación y desarrollo tecnológico o intervienen directamente en su regulación (Vence, X. 2001). En cambio, el sistema de innovación es un proceso complejo en el que destaca la interacción de los agentes pertenecientes a las diferentes esferas o entornos caracterizados por los diversos objetivos de su intervención en el proceso.

Esta articulación es resultado de una estructura económica, política y administrativa del contexto, del marco sociocultural, capaz de valorar, demandar y asimilar la necesidad de generación y uso de la innovación para su entorno, la actitud y valores específicos de los investigadores y empresarios. Cada agente interviene desde un marco específico y con unos objetivos concretos que serán diferentes dependiendo de si el entorno de procedencia es el financiero, el productivo, el tecnológico o el científico.

En línea con Lundvall (1992), Vence (2001) nos explica que el concepto de sistema nacional / regional de innovación debe ser considerado como un sistema global compuesto por seis subsistemas o elementos constitutivos que son los siguientes: las características de la organización interna de las empresas; las características de las relaciones entre empresas; el entramado institucional, con el sistema de incentivos y las políticas públicas; el sistema ciencia-tecnología (I+D); el sistema financiero y sus relaciones con la industria; y el sistema educativo y de formación.

Como todo sistema, su funcionamiento dependerá de las características y funciones de cada uno de los elementos que lo componen y también y sobre todo de las relaciones que establecen entre sí, del grado de coherencia y congruencia entre las actuaciones de cada uno de ellos, de la existencia de relaciones más o menos intensas entre ellos, que pueden ser tanto de intercambio y competencia como de cooperación.

Finalmente, Vence (2001) nos recuerda que un rasgo esencial de este concepto es la territorialidad. Ello significa que los sistemas están delimitados geográficamente pero también que son abiertos y tanto más cuanto menor sea el ámbito geográfico considerado. Los flujos de conocimiento se benefician de la proximidad y de las oportunidades de contactos directos formales e informales entre los agen-

tes innovadores y por ello la dinámica innovadora tiende a enraizarse territorialmente. Un entorno bien informado, con individuos bien formados, con técnicos de alto nivel e innovadores, con empresarios dinámicos, con otras empresas que pueden proveerle de los inputs especializados que necesita, con fuentes de financiación dispuestas a asumir riesgos es un medio que sin duda beneficia a cualquier innovador, haciendo mucho más fácil el éxito de su iniciativa.

Es por ello que desde esta perspectiva debemos tener en cuenta la comprensión de la configuración histórica del sistema de innovación estatal, ya que determina en buena medida la dimensión, características y especialización de cada uno de los elementos que configuran los diferentes sistemas, así como la densidad de interrelaciones entre los mismos. Todo ello, atendiendo a los criterios de participación de los agentes, su procedencia, su entorno y sus objetivos, ya que, además de la empresa, guiada por criterios de rentabilidad privada, existen agentes muy diversos que contribuyen a la generación de innovaciones y una parte de ellos no están motivados por razones de beneficio (por ejemplo, instituciones gubernamentales, o instituciones privadas sin ánimo de lucro).

Para el desarrollo de esta investigación se tendrá en cuenta este modelo teórico planteado, y el apartado metodológico está diseñado en íntima consonancia con estas directrices, como seguidamente veremos.

## Descripción del objeto de estudio

En este trabajo se tratará de realizar un acercamiento al análisis del sector empresarial arqueológico atendiendo a variables socioeconómicas y a la interacción de los agentes que participan en esta actividad y de su entorno, el cual procura un marco legal e institucional. Se tomará el modelo sistémico de la innovación, desde el que se analizará esta disciplina. Para ello comenzamos preguntándonos por el nacimiento de la Arqueología Comercial como rama de la Arqueología, así como su proceso de constitución en relación a la teoría del cambio económico, político y social.

En este apartado se tratará de exponer estas cuestiones, pero en primer lugar conviene señalar qué entendemos por **Arqueología Contractual o Comercial**, definida como la *“actividad que se genera en torno al Patrimonio Arqueológico cuando una gestión adecuada del mismo demanda la realización de actuaciones específicas que generalmente se desarrollan bajo contrato y, en todo caso, cumpliendo un determinado servicio y cobrando por él”* (Criado 1996)<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Definición dada por Felipe Criado Boado en el texto “El futuro de la Arqueología ¿La Arqueología del

Una vez clarificado el significado de nuestro objeto de estudio pasaremos a describir el proceso que constituyó su nacimiento y desarrollo. El surgimiento de esta disciplina, en nuestro contexto más próximo, se inicia con la instauración en España del Estado Democrático de Derecho (a comienzos de los años ochenta), momento en el que tuvieron lugar numerosos cambios políticos y socioeconómicos. En esta línea comenzó a tomar valor el respeto al Patrimonio Histórico.

Paralelamente al surgimiento de la democracia nacieron unos valores culturales de protección y respeto al medio provocados por la bonanza económica de los años ochenta, lo cual demandará un nuevo servicio ofertado por los profesionales de la Arqueología. Posteriormente se llevó a cabo una descentralización administrativa por la que se transfirió la gestión del Patrimonio Cultural a las Comunidades Autónomas y a las corporaciones locales, con lo que el seguimiento, el control y el desarrollo de este tipo de actividades también fueron transferidas.

Cobró fuerza de ley la necesidad de realizar estudios previos sobre el impacto ambiental o sobre sus repercusiones en el Patrimonio Cultural. Es entonces cuando los servicios destinados a la Arqueología en los municipios de pronto se vieron obligados a intervenir en un ámbito amplísimo en el que estaban desbordados. Por todo ello, surgieron las contrataciones de este tipo de servicios y es así como aparecen los primeros **profesionales liberales de la arqueología**. Se requiere un volumen creciente de licenciados especializados no vinculados a organismos públicos, estos profesionales hacen referencia a aquellos individuos que utilizan su conocimiento, experiencia y recursos propios para el desarrollo de la actividad arqueológica.

Posteriormente, y en mayor medida, comenzaron a constituirse las empresas de arqueología, cuyo origen se encuentra en la demanda efectiva de técnicos que suplan la carencia del personal dedicado a la intervención de campo de las administraciones autonómicas. Los profesionales individuales pueden trabajar de manera autónoma, pero la evolución de muchos equipos de trabajo ha ido constituyendo a estas **empresas**. Entre las razones que han promovido la constitución de estas sociedades se encuentran la necesidad de establecer relaciones contractuales entre empresas promotoras y constructoras y arqueólogos, los requisitos exigidos por las autoridades fiscales y las propias exigencias de la Administración en lo referente a las contrataciones.

La Arqueología Comercial ha seguido una trayectoria independiente de la académica, desarrollándose como un **sector de servicios** nuevo cuyo campo de acción se desenvuelve en una Arqueología parcialmente mercantilizada. En la base de la formación del actual colectivo profesional se sitúan dos exigencias

resultantes de la transferencia de competencias en materia de Cultura al gobierno autonómico: la necesidad de la Administración de delegar autoridad y la de recurrir al conocimiento especializado.

Se observa que, debido a esta coyuntura de factores, se origina una nueva demanda que favorece la estructuración de este tipo de Arqueología. Al hilo de lo explicado hasta el momento confluyen, así, una serie de hechos que dan lugar al nacimiento de esta actividad comercial, como la concienciación sobre la necesidad de proteger el Patrimonio Cultural debido a la defensa de nuevos valores identitarios y culturales, el escaso presupuesto con el que cuentan las consejerías de Cultura en relación a otras carteras ministeriales, la cesión de competencias de Patrimonio por parte de la Administración Central a la autonómica y de ésta a la municipal, para finalmente contratar los servicios arqueológicos referidos a empresas y profesionales liberales dedicados a esta disciplina, favorece la creación de un nuevo mercado.

El objeto de este estudio es llevar a cabo una investigación sobre la Arqueología Comercial como una parte del mercado del Patrimonio Cultural, desde el enfoque sistémico de la innovación, para tratar de conocer la actual problemática que envuelve a esta disciplina y a la constitución de un mercado de trabajo, entendida como una innovación social y tratar, así, de aportar posibles soluciones a los problemas de consolidación y crecimiento que ese mercado presenta. Este sería, de forma genérica, el interés del presente estudio: contribuir a la innovación en este sector; a partir de su análisis sistémico como un conjunto de actividades dirigidas a mejorar e innovar en el marco de esta disciplina desde el punto de vista tecnológico-productivo. Por lo tanto, este trabajo se emprende con el fin de contribuir al avance del conocimiento para promover nuevas aplicaciones de la arqueología como caso de estudio.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### Objetivos

La Arqueología Comercial se inicia como un nuevo mercado al hilo de las transformaciones culturales, sociales, económicas y políticas a finales del siglo XX, por ello la entendemos como una innovación social, es decir, como una actividad que surge para cubrir nuevas necesidades y cambios en los estilos de vida y en la organización social. Aquí reside el interés del presente estudio y de este trabajo; llevaremos un acercamiento al sector, con el objetivo de recoger información directa sobre la Arqueología Comercial, del entramado empresarial español como unidad básica de análisis. Se trata de trabajar en esta disciplina para que logre consolidarse en el mercado de forma que pueda ofertarse como un servicio que tenga un impacto social, económico y político beneficioso en el ámbito en el que se desarrolla.

---

futuro?" en Trabajos de Prehistoria 53, nº1, 1996, pp. 15-35.

## Objetivo general

El objetivo principal de esta investigación es el **establecimiento de un marco conceptual y empírico para el estudio y análisis de la Arqueología Comercial en España**. Este objetivo lo podemos subdividir en los siguientes específicos:

## Objetivos específicos

1. **Análisis de la literatura científica** en relación a la temática presentada. Es decir, revisión bibliográfica sobre innovación y sistemas de innovación y sobre la Arqueología Comercial.
2. **Identificación y recopilación socioeconómica de la población objeto de estudio**. Elaboración de una base de datos en la que se recoja información sobre las empresas españolas dedicadas a la Arqueología, para así tenerlas localizadas y conocer algunas características genéricas que nos sirvan para realizar un acercamiento a este nicho de mercado.
3. **Diseño metodológico: elaboración de instrumentos de medida y su validación en una muestra piloto**. Realizar el diseño de la investigación a seguir a partir del empleo de diferentes técnicas metodológicas en relación a los objetivos propuestos.

## Hipótesis

A partir de los objetivos señalados en relación a la investigación que pretendemos realizar, nos planteamos las siguientes hipótesis, que serán analizadas a lo largo de este trabajo a través del diseño de una serie de técnicas, como seguidamente veremos. Así pues, las hipótesis trazadas son:

Nos encontramos ante un sector emergente en el que intervienen múltiples agentes.

1. El objetivo con el que se implica cada agente en este nicho de mercado es diferente; responde a distintos intereses.
2. Las relaciones que mantienen entre ellos son de corte informal porque hay una gran complejidad organizativa como resultado de ser un sector incipiente.
3. Esta informalidad, así como la gran complejidad organizativa, dificultan la prosperidad de este sector en el mercado y, por lo tanto, su consolidación.
4. Para que esta situación se consolide sería necesario asumir una serie de estrategias organizativas, entre ellas particularmente el modelo de empresa del conocimiento.

## Metodología

Una vez expuestas las directrices que organizan la estructura del trabajo, pasamos a exponer las técnicas metodológicas seleccionadas y empleadas que han sido aplicadas para explicar hipótesis expuestas y en relación a los objetivos presentados. La metodología seleccionada está compuesta por las si-

guientes actividades, que se presentan en Fases organizadas en orden lógico, aunque no se correspondan necesariamente su orden cronológico.

**Fase 1: Análisis del estado de la Arqueología Comercial en España a través de la búsqueda de textos en relación a esta temática**

Recopilación y análisis de información empleando, como fuentes de recogida de datos, la revisión bibliográfica y las webs de organismos públicos, análisis de los aspectos legales ligados al Patrimonio Cultural. Para realizar un acercamiento a este contexto se ha tenido en cuenta, en primer lugar, la literatura relacionada con esta temática a través de palabras clave en buscadores de Internet, bases de datos de artículos científicos nacionales e internacionales (CINDOC, ISI web of knowledge...), bibliotecas universitarias y la red de bibliotecas del CSIC. Además, se ha recopilado la legislación en materia de Patrimonio Arqueológico internacional, nacional y por CCAA. Dicha actividad trata de cumplir con el objetivo que hace referencia al análisis y estudio de la disciplina arqueológica como actividad comercial.

**Fase 2: Identificación y localización de las empresas de Arqueología establecidas en el territorio español**

Una vez establecido el marco de surgimiento y desarrollo hasta la actualidad de la Arqueología Comercial se ha pasado a recoger información directa sobre el sector arqueológico empresarial español para conocer su estructura, conocer su incidencia en el mercado actual, analizar los agentes que intervienen y sus relaciones... y que ello contribuya a su vez a establecer un marco conceptual de análisis a través de la recogida de datos.

Se ha comenzado a recoger información sobre las empresas españolas dedicadas a la actividad arqueológica con el objeto de elaborar una base de datos que abarque el mercado existente en el territorio español y su incidencia, para tratar de visualizar este sector y que, finalmente, defina y concrete la oferta de servicios y técnicas que aporta este nicho de mercado. Para ello, en un primer momento se recopiló información genérica sobre el universo de empresas dedicadas a actividades arqueológicas acudiendo a fuentes primarias, concretamente a los registros existentes en las Administraciones de las Comunidades Autónomas, a través de los Departamentos de Patrimonio, donde se obtuvo el número de empresas existentes así como algunas características generales tales como: dirección, teléfono, socios... de las mismas.

Una vez identificadas y localizadas las empresas, a través de fuentes oficiales se ha tratado de recopilar información sobre las **características sociales y económicas** de este sector en los últimos diez años, por grupos identificados a través de las Comunidades Autónomas de pertenencia y a través del Código Nacional de Actividad Económica (CNAE). Con esta información se ha realizado la búsqueda de las em-

presas a través de fuentes secundarias de datos como bases de datos publicadas en Internet:

- Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Es una base de datos de la empresa Informa que recoge las cuentas anuales de las principales empresas españolas y portuguesas, con un histórico desde 1990. Tiene contenidos tales como: cuentas anuales, razón social, dirección, localidad, provincia, NIF, teléfono, códigos de actividad (CNAE, IAE, CSO), descripción de actividad, forma jurídica, fecha de constitución, número de empleados, consejo de administración...
- E-Infirma: empresa española que ofrece online información mercantil, judicial, comercial y financiera sobre un gran número de empresas españolas; aquí el modo de búsqueda es por nombre de la empresa, CIF o CNAE.

La información recabada a través de estas bases de datos se ha visto completada a través del rastreo de estas empresas en Internet, a través de buscadores como Google, donde se ha registrado cualquier reseña encontrada, como por ejemplo la difusión realizada por estas empresas, así como la de sus socios.

Los datos que hemos tratado de recopilar, además de los de contacto, versan sobre factores socioeconómicos, que a su vez nos ayudarán a tratar de medir la innovación en este sector. Nos ha parecido importante compilar indicadores y variables que aporten información sobre: el tamaño empresarial, sector de actividad, capacitación técnica de los recursos humanos y formación de sus directivos, facturación, divulgación...

A la hora de realizar la búsqueda de esta información nos hemos encontrado con algunas dificultades. Uno de los problemas más recurrentes a la hora de registrar a estas empresas gira en torno al Código Nacional de Actividad Económica ya que debido a los problemas de consolidación que plantea la disciplina arqueológica, a través de esta búsqueda se observa que no existe un código específico para este servicio incipiente y dichas empresas se circunscriben en diferentes actividades tan dispares como las que se indican en la Tabla 1 (ver sección tablas).

Por otro lado, si bien estas bases de datos constituyen una herramienta de investigación eficaz para estudios microeconómicos, sectoriales y macroeconómicos ya que aportan una información muy completa, un handicap con el que hemos topado en la búsqueda de estas empresas es que no están todas ellas registradas en estas fuentes. Creemos que esto es debido a su pequeño tamaño. Además, una vez localizadas la comparación se dificulta ya que los datos registrados no son homogéneos y así, por ejemplo, los períodos de análisis no son similares para todos los casos. Por esta razón, el avance en el análisis y comprensión de la situación socioeconómica de este sector y la recopilación de información sobre innovación de las empresas, se ha visto frenada por la falta de series de datos recogidas y depuradas de forma sistemática.

En definitiva, esta técnica, se corresponde con el objetivo de identificar y recopilar información socioeconómica de la población objeto de estudio y se

orienta a la creación de una base de datos tangible sobre las actividades arqueológicas desarrolladas en el marco comercial, contractual y profesional en España. Surge como un intento de centralizar la información y convertirla en conocimiento accesible y manejable, tanto para arqueólogos profesionales e investigadores como para clientes y promotores o público interesado en Arqueología y Patrimonio. Dicha base está en período de construcción debido a las dificultades encontradas a la hora de elaborarla.

### Fase 3: Entrevistas piloto a directivos de empresas de Arqueología y tratamiento de los datos para establecer una primera toma de contacto

Al tiempo que se recogía información básica sobre el sector, se ha llevado a cabo una aproximación a algunas empresas dedicadas a la Arqueología del entorno gallego con la intención de establecer una primera toma de contacto con este contexto profesional a la vez que mitigar los handicaps de los datos de la Fase 2. Se analizó una muestra de siete empresas de un universo de veinte para la Comunidad Autónoma de Galicia, a las cuales se les realizó una entrevista en profundidad, concretamente a los empresarios y socios. A estas entrevistas se añadieron dos más realizadas en la Comunidad Valenciana, la primera a un Catedrático de la Universidad de Valencia del Departamento de Prehistoria y Arqueología; y la segunda a una funcionaria de los servicios técnicos de la sección de Arqueología.

Esta técnica, la **entrevista en profundidad semidirigida** es un método de carácter cualitativo basado en un guión semiabierto, a través del cual se plantean una serie de preguntas que hacen referencia a diferentes temas sobre los que se desea adquirir información. En la práctica, la manera de realizar las preguntas varía al igual que el orden, pueden surgir temas que no se pensaban y se anima al entrevistado a continuar hablando sobre ellos. Es un guión flexible donde se trabajan los aspectos que interesan para nuestro proyecto, pero dejando la puerta abierta a cuestiones en las que no se había pensado y que podrían ser relevantes para este estudio.

En nuestro caso, la estructura de la entrevista realizada a empresarios consistió en varios apartados; el primero de ellos recogió información básica de la compañía para contrastar los datos obtenidos a través de las bases de datos analizadas. Un segundo apartado consistió en la recogida de información técnica, es decir, se trataron cuestiones sobre el proceso de la actividad que desarrollan estas empresas, estrategias que emplean, dificultades a las que se enfrentan, aprendizaje y conocimientos, clientes con los que trabajan, colaboraciones, difusión. Finalmente, un tercer apartado trata sobre actitudes y comportamientos de los empresarios para registrar las opiniones y líneas futuras de estas entidades. Las otras dos entrevistas realizadas en la Comunidad de Valencia a agentes de diferentes entornos mantienen una estructura similar, pero más centradas en establecer comparaciones a nivel terri-

torial (este guión está incluido en el anexo de este trabajo).

Cabe señalar que en la formulación de las preguntas se ha tenido especial cuidado para tratar de no introducir sesgos en las respuestas. Por otro lado, la estructura del guión formulado introduce los siguientes apartados:

1. Características generales de la empresa o establecimiento:
2. Dimensiones: datos de clasificación y recursos humanos.
  - Variables de clasificación:
    - Razón social, teléfono y contacto.
    - Clase de empresa.
    - Sector de actividad.
    - Ámbito geográfico de la empresa.
    - Año de fundación.
  - Variables de recursos humanos:
    - Personal remunerado y número de socios.
    - Nivel de estudios del personal remunerado y de los socios.
    - Edad media del personal remunerado y de los socios.
3. Información técnica.
  - Variables:
    - Productos o servicios principales de la empresa.
    - Descripción de las principales actuaciones y número.
    - Procesos principales (técnicas y herramientas).
    - Número de divulgaciones al año.
    - Conocimientos y capacidades requeridas para llevar a cabo la actuación.
    - Estrategias de actuación.
    - Principales clientes.
    - Tipo y número de colaboraciones con otros agentes de la cadena productiva.
    - Finalidad de las colaboraciones.
    - Ámbito geográfico de las colaboraciones.
4. Comportamientos y actitudes.
  - Variables:
    - Dificultades en la realización del trabajo.
    - Dificultades y ventajas de las colaboraciones.
    - Actitud ante la colaboración.
    - Valoración del sector de cara al futuro.
    - Valoración de las interacciones con los diferentes agentes que intervienen en el proceso.

Todo ello atendiendo a variables de clasificación del Instituto Nacional de Estadística que se presentan en la Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las empresas, en la Estadística de actividades de I+D y en el Panel de Innovación Tecnológica. Algunas de ellas son:

- Actividad económica: Clasificación Nacional de Actividades Económicas donde se efectúa una agrupación por sectores.
- Tamaño de la empresa, medido por el número de empleados.

- Dependencia de la empresa.
- Clase de empresa.
- Ámbito geográfico de actuación.
- Análisis de cooperaciones, aprendizaje y formación.

A través de esta metodología se ha tratado de recoger información, comportamientos y actitudes a través del discurso de los empresarios arqueológicos gallegos, en relación a la labor que vienen desarrollando a través de la disciplina arqueológica, con el fin de lograr un acercamiento a este sector a través de técnicas cualitativas. Otra de las finalidades del empleo de esta técnica es la de observar el funcionamiento del guión de entrevista realizado para finalmente ser concretado en el diseño de un cuestionario que se ajuste a los objetivos del estudio y que a su vez recoja información comparable a otras encuestas tales como las realizadas en el INE para poder establecer futuras comparaciones con otros sectores.

Se ha empleado una muestra de siete empresas seleccionadas a través de criterios geográficos, es decir, situadas en diferentes provincias de la comunidad autónoma de Galicia a las que se realizó la entrevista a través de un guión muy flexible donde se trabajan aspectos que interesan al proyecto. Dicho guión fue aplicado en la Comunidad Valenciana para completar esta información desde la perspectiva de otros agentes y de otro espacio geográfico.

Esta técnica se ha empleado con un doble objetivo: además de contrastar la información obtenida a través de las bases de datos para la comunidad autónoma de Galicia, se ha querido comprobar si el guión de la entrevista llevada a cabo era susceptible de ser materializado en un posterior cuestionario, es decir, se estableció un "guión piloto" a través del cual se está trabajando para la realización de una encuesta dirigida a todas las empresas arqueológicas españolas, para estudiar el sector en todo el territorio español. Dicha técnica se corresponde con el objetivo metodológico que trata de diseñar herramientas y su validarlas en una muestra piloto.

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL SECTOR

### Aproximación al sector

Como ya se había avanzado anteriormente, la bibliografía analizada explica el proceso de constitución de este nicho de mercado como resultado de una transformación en torno a los valores del Patrimonio Cultural, así como a su tratamiento legislativo. Estos factores de carácter global estructuran un nuevo entendimiento de esta disciplina que desemboca en que esta actividad deja de estar reservada al ámbito de la investigación para convertirse en profesión y conformar un nuevo sector. El **contexto mundial**, marcado por tintes neoliberales, como ya se ha explicado en el primer capítulo, no es ajeno a

la Arqueología, cuya vertiente comercial se va formando a raíz de la privatización de la actividad. Es decir, hasta finales de los ochenta, la arqueología se ceñía al ámbito académico; a partir de esa época, que coincide con la llegada del neoliberalismo como modelo económico imperante a nuestra sociedad, así como con el desenvolvimiento del proceso de globalización, surge la Arqueología Comercial como un nuevo servicio, en un contexto en el que se impone el mercado como el modelo de legitimación y en el que el Patrimonio Histórico es puesto en valor.

Por otro lado, además de tener en cuenta las características globales es necesario hacer mención a los **factores locales** que también han tenido mucho que decir en la estructuración de este sector; así, las situaciones toman formas diferentes en cada territorio en función de sus condiciones específicas y en torno a un contexto global. Hemos observado la influencia que ha podido ejercer en esta disciplina la coyuntura global, pero no ha sido menor la presión que ha podido ejercer el contexto local.

En España se lleva a cabo un proceso de descentralización estatal con el surgimiento del Estado de las Autonomías, a las que se ceden competencias que antes eran abordadas por una entidad central; a su vez las Comunidades Autónomas también ceden competencias a los municipios. Entre estas competencias compartidas se encuentran aquellas que hacen referencia al Patrimonio y, en definitiva, a la actividad arqueológica. Es decir, se ha asistido a una atomización de las responsabilidades sobre el Patrimonio; de una Administración única y centralizada se han transferido las competencias en esta materia a las CCAA, lo que ha supuesto no sólo un reparto o distribución más equitativa de esas responsabilidades, sino también un aumento de la complejidad de los trabajos de Arqueología, tanto en su apartado de gestión como en el de intervención. Cada comunidad autónoma, bajo un marco más o menos común, la Constitución de 1978 y la Ley de patrimonio Histórico Español (1985), ha ido produciendo normas que varían los tratamientos, de modo que un mismo Patrimonio está tratado de muchas maneras distintas en función de parámetros territoriales.

Al asumir sus competencias, las CCAA se ven forzadas a gestionar su Patrimonio Arqueológico aunque sólo sea, en principio, de la manera más básica: redactar y publicar normas concretas para la concesión de permisos de prospección y excavación, así como de subvenciones para ello. Este primer paso obliga a las Administraciones de Cultura a contar, ya sea a nivel de funcionariado, contratos o colaboraciones, con personal que gestione del Patrimonio Arqueológico. Paralelamente se abre un mercado de trabajo en el que comienzan a surgir cooperativas, empresas, autónomos... y con ello se estructura un nuevo comercio en torno a la Arqueología en el que intervienen agentes con diferentes objetivos; por un lado estaría la Administración (general, autonómica y municipal), por otro la academia (universidades, museos y organismos públicos de investigación), a ellos se le suman los profesionales libres y finalmente los clientes (particulares, promotoras y Administración) que demandan este nuevo

servicio, por lo que este sector se convierte en un organismo pluricelular del que existen diecisiete modelos.

A esta coyuntura política, social y económica para el caso español hay que añadirle el aspecto local por el que está marcado el desarrollo de la actividad arqueológica, para el cual es necesario tener en cuenta los recursos del medio en el que se trabaja, así como las características físicas y climáticas. Para cada comunidad autónoma existen determinados recursos artísticos, arqueológicos, culturales... los cuales constituyen un componente estructural que puede potenciar el desarrollo del territorio. Por esta razón, *los recursos vinculados al espacio están en relación con un sistema de relaciones económicas en función de sus especificidades*. Este conjunto de relaciones son entendidas desde el concepto de **desarrollo endógeno**, el cual sugiere que las empresas, organizaciones, instituciones locales y la propia sociedad civil tienen un papel predominante en los procesos de crecimiento y de cambio estructural (Vázquez Barquero 1998). Las potencialidades locales en términos de atracción turística pueden ser una herramienta de elevación de desarrollo humano; las medidas destinadas a la preservación del Patrimonio Cultural podrían entenderse como una potencialidad local acorde con el objetivo de desarrollo y enriquecimiento.

Desde esta perspectiva cada territorio muestra una idiosincrasia específica: el Patrimonio Cultural presenta un fuerte componente espacial lo que influye en el desarrollo de la Arqueología Comercial en cada territorio así, es necesario tener en cuenta las características del medio en el que se va a desarrollar la actividad. Cada comunidad autónoma presenta unos factores ambientales y sociales en función de los cuales ha de desarrollarse el proceso productivo. A modo de ejemplo, podemos señalar que no es lo mismo buscar un yacimiento en un bosque que en una zona árida, en función del territorio se necesita una determinada tecnología o se emplean diferentes metodologías. También cabe señalar que, en relación a las entrevistas realizadas, la actividad se desarrolla de forma diferente según la región; así, en la Comunidad Valenciana los trabajos arqueológicos parecen estar muy focalizados en la línea del urbanismo debido a un gran auge del turismo en esta zona, (asistimos a la creación de ciudades de vacaciones o parques de golf), proceso que sólo ahora está empezando a extenderse en Galicia.

En definitiva, el surgimiento de este nuevo servicio está claramente marcado por los aspectos globales y locales; asimismo su desarrollo y consolidación también habrá que entenderlos en relación al contexto explicado. Cuando la Arqueología se convierte en una actividad comercial, que puede generar beneficios económicos, parece necesario, como sucede en cualquier actividad mercantil, hacer explícitos los baremos y requisitos exigibles para el desarrollo del proceso productivo. Desde esta perspectiva surge una de las problemáticas que encontramos en este sector, como seguidamente veremos, debido a la escasa estructura legal existente.

## Marco normativo

Abrimos este apartado debido a la importancia del marco normativo en relación al desarrollo y estructuración de los procesos productivos, sobre todo en un sistema que, como ya se ha avanzado, es diferente según los marcos territoriales.

En España se desarrolla el fenómeno de la expansión urbana en los núcleos principales iniciada en los años sesenta y con un ritmo más o menos acelerado hasta hoy, por lo que en esta época comienza la necesidad de organizar las construcciones en consonancia con el medio al que pertenecen. En un primer momento, la especulación y la ausencia de control contribuyeron a destruir una parte importante y nunca evaluada del Patrimonio Arqueológico. Para poner freno a esta situación, a principios de los ochenta comienzan a regularse sobre este tema y finalmente en 1985 se instaura la Ley de Patrimonio Histórico Español, siguiendo las directrices de los organismos europeos.

Para entender el modelo que configura a este sector, comenzamos realizando un breve análisis sobre la legislación existente en materia de Patrimonio. El primer texto en el que aparece la expresión Patrimonio Arqueológico es de corte internacional: nos referimos a la Recomendación de la **UNESCO** de 1956, que define los *Principios Internacionales que deberán aplicarse a las Excavaciones Arqueológicas*; la UNESCO es el organismo especializado de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura, creado en 1946, que preocupada por el resultado de las guerras mundiales, en 1954 celebra la *Convención de la Haya para la Protección de Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado*, que España ratificó en 1960 y que constituyó el primer documento que este organismo emitió sobre el tema de los bienes culturales.

A raíz de estas cuestiones van apareciendo más documentos internacionales, del mismo organismo, del Consejo de Europa y de la Unión Europea que tratan de regular esta materia. Merece especial mención la **Unión Europea** donde, a partir de la década de los ochenta, debido a su preocupación por la conservación del Patrimonio Histórico enfocado hacia el turismo cultural que comienza a verse como una industria alternativa, se desarrollan textos en los que se insiste en la explotación económica del Patrimonio Cultural, sobre todo en las regiones menos favorecidas por la economía, como una posible vía de solución a sus problemas. De hecho, de este organismo salió el primer documento internacional sobre el Patrimonio Arqueológico que España ratifica, el Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico redactado en 1969, revisado en 1992 y adoptado en España como norma en 1975 a través de la Ley de Patrimonio Histórico Español.

El **Consejo de Europa**, fundado en 1949 como una organización intergubernamental centrada en conseguir una cooperación entre los países del área europea, en mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía y en defender el respeto por los derechos humanos y los principios de la democracia parlamentaria, ha hecho hincapié en la defensa y conservación de los bienes culturales inmuebles. De es-

ta organización ha salido el primer documento internacional sobre el Patrimonio Arqueológico que España ratifica: el *Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico* redactado en 1969 y adoptado en España como norma en 1975. Este Convenio, que en su momento supuso un avance en la concepción y la protección del Patrimonio Arqueológico, ha sido revisado en 1992 en Malta, donde se comienza a tener en cuenta la comercialización de la Arqueología.

Es, por tanto, el primer convenio, y por ahora el único que trata en exclusividad la cuestión del Patrimonio Arqueológico, pasando a formar parte de la legislación interna del Estado español: muchos de sus principios sirvieron como base para la redacción de la **Ley de Patrimonio Histórico Español (LPHE) de 1985**. La Convención de Malta introduce elementos del Patrimonio Arqueológico en las evaluaciones de impacto ambiental y en la planificación urbana y rural, e introduce también a los profesionales de la Arqueología en todas las etapas de la elaboración y ejecución de esos planteamientos. Refleja una situación muy diferente ya que tiene en cuenta aspectos como el concepto de la conservación integral, los objetivos de la investigación, la importancia del contexto y el papel que juega el planeamiento territorial en la protección del Patrimonio Arqueológico, aspectos que han de continuar incorporándose tanto a la normativa como a la práctica de su gestión en nuestras regiones.

En España la gestión del Patrimonio Arqueológico se rige por la *Ley de Patrimonio Histórico Español de 1985*, que constituye el marco legal más amplio para el tratamiento de los bienes culturales de nuestro país. A partir de esta Ley se han redactado decretos y recomendaciones, entre los que cabe destacar:

- En 1986 se publica el Real Decreto de Desarrollo parcial 111/1986 modificado en 1994, y después el Reglamento de Museos, al que han sucedido otros.
- En el ejercicio de sus prerrogativas, casi todas CCAA han elaborado sus propias leyes de Patrimonio: en 1990 lo hacen Castilla La Mancha y el País Vasco; en 1991 se aprueba la Ley Andaluza, en 1993 Cataluña, en 1995 Galicia...
- A ello hay que añadir otra serie de normas que afectan al Patrimonio Histórico de forma directa o indirecta, como la normativa sobre el Impacto Ambiental de las Obras Públicas, la Ley de Costas, la Ley del Suelo, la Ley de Espacios Naturales Protegidos...

Desde la transferencia de competencias en materia de Patrimonio a las CCAA, entre 1979 y 1983, todas ellas han elaborado y publicado normas con distintos rangos sobre las actividades arqueológicas en su territorio. Desde 1990, algunas CCAA han publicado también sus propias Leyes de Patrimonio Histórico o Cultural, haciendo uso de sus competencias legislativas, en las que introducen algunas modificaciones, encaminadas a perfeccionar el funcionamiento legal de la protección del Patrimonio. Aunque en líneas generales se trata de textos similares a la LPHE, todas ellas la complementan, introdu-

ciendo normas para la protección, la evaluación de los impactos ambientales (asunto en el que España todavía no se había comprometido en 1985) que la mayoría de las CCAA con legislación propia incluyen (Querol, M.A. y Martínez, B., 1996).

En definitiva, como se ha venido explicando en el Estado español, siguiendo la normativa europea, se crea una Ley de carácter general, la LPHE y algunas CCAA han elaborado Leyes propias. En este marco la actual estructura organizativa y la distribución de competencias en materia de Cultura emana de los Estatutos de Autonomía como resultado del mandato constitucional de 1978 que, en su Artículo 148, permite a las CCAA asumir competencias en una serie de temas de Patrimonio tales como: museos, bibliotecas y conservatorios de música, patrimonio monumental, fomento de la cultura, enseñanza de lengua, promoción del deporte... y esto se ve reflejado en lo que atañe al Patrimonio Arqueológico y a las directrices de su comercialización. También hay que tener en cuenta que las CCAA han transferido muchas competencias, sobre todo en materia de urbanismo, a las corporaciones municipales, y éstas han de desarrollar tal protección para lo que han de establecer fluidos canales de relación entre ellas y los respectivos Departamentos de Cultura.

La Constitución de 1978 abrió la puerta a un modelo de Administración basado en las autonomías. La división de su territorio en diecisiete CCAA, junto con el proceso de transferencias de competencias, que se inició en 1979, destaca por la rapidez con la que se efectuó la transferencia en materia de Cultura, rapidez que en parte se debió al deseo de alguna comunidad autónoma, sobre todo de las históricas, de tener cuanto antes el control de sus propias señas de identidad.

Por otro lado, y al hilo de la introducción de este trabajo, desde hace varias décadas la población occidental ha comenzado a tomar conciencia de la fragilidad del medio ambiente y del peligro que supone un uso incontrolado de los recursos naturales. La sostenibilidad del medio ha pasado a formar parte del marco jurídico y educativo. De hecho, es dentro de las normativas de medio ambiente donde se sitúan en la Europa actual las de Patrimonio Cultural. En 1985 se publicó una Directiva del Consejo de las Comunidades Europeas en la que se planteaba la necesidad de evaluar las repercusiones de determinados proyectos públicos y privados sobre el medio ambiente antes de su ejecución. Posteriormente, entre 1986 y 1988 España publica la normativa necesaria para el cumplimiento de esta Directiva. Es por ello que, el **Decreto Legislativo de 1986 de Evaluación de Impacto Ambiental** obliga a que antes de la aprobación de un proyecto de una tipificada serie de obras públicas, se realice un trabajo sobre el impacto ambiental que causa, con el fin de prevenirlo, modificando la obra para paliar sus efectos negativos, o simplemente no ejecutándola (Querol, M.A. y Martínez, B., 1996).

A través de esta breve revisión de la legislación en torno a esta actividad se observa que no existe una homogeneidad, en materia de Patrimonio, lo que conduce a múltiples circunstancias que dependen en gran medida del territorio del que se hable. Ello, si-

guiendo los argumentos de Freeman (2001), nos hace pensar que los Estados nación, lejos de ser categorías obsoletas, como algunos autores defienden, son espacios esenciales de análisis económico y político, a pesar de que existan desplazamientos hacia regiones superiores e inferiores y, así, las políticas nacionales, autonómicas y locales suelen ser de gran importancia en la estructuración del territorio.

## Estructura socioeconómica de la empresa arqueológica española y gallega

Para conocer la estructura de este sector, presentamos algunos datos recopilados para el territorio español y más concretamente para la comunidad autónoma de Galicia. Una vez analizado el surgimiento de esta nueva demanda y su normalización legal, nos centramos en la configuración de la oferta: describimos el sector empresarial arqueológico en nuestro país.

Atendiendo a los datos recabados a través de la metodología empleada se pueden ofrecer unos primeros resultados susceptibles de ser contrastados una vez que se realice la encuesta a todo el sector. Aún así, se presentan algunos datos a partir de los cuales podemos plantearnos futuras hipótesis. Hemos **localizado doscientas veinticuatro empresas repartidas en el territorio español**, y su distribución es la que presentamos en la figura 1.

Andalucía, Madrid, Cataluña y Castilla León son las CCAA que mayor número de empresas tienen registradas, entre treinta y treinta y cinco. Seguidamente estaría Galicia que tendría entre veinte y veinticinco empresas y Castilla-La Mancha entre quince y veinte. Entre diez y quince empresas tendrían la Comunidad Valenciana y Aragón; Asturias y Extremadura no sobrepasan las diez empresas y con menos de cinco estarían el resto de CCAA (Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja, Murcia, Baleares y Canarias).

Cuestión diferente sería la distribución espacial de los autónomos, que no se han tenido en cuenta para este trabajo, aunque no se descarta su estudio en un futuro.

Concretando la información para el caso de la Comunidad Autónoma de Galicia, en junio del 2004 en el registro de Patrimonio constan veinte empresas, dos de ellas con dos sedes en provincias diferentes, por lo que el total de empresas en Galicia que presentamos en el cuadro son veintidós. Éstas se distribuyen de la forma que se muestra en la figura 2.

Parece que la mayor concentración de empresas se encuentra en la provincia de A Coruña con un total de once entidades, cinco empresas estarían situadas en Pontevedra, mientras que en el resto de las provincias el reparto es muy homogéneo, tres para Lugo y tres para Ourense. Dentro de A Coruña, destacamos la ciudad de Santiago de Compostela donde hay un mayor número de empresas, siendo esta localidad la capital administrativa de esta provincia. Del total de empresas gallegas, la mitad esta-

rían ubicadas en A Coruña y la otra mitad repartida entre las demás provincias, teniendo algo más de representación Pontevedra.

De este universo poblacional registrado hasta el momento (doscientas veinticuatro empresas), tenemos datos para cincuenta y nueve empresas a nivel nacional y para quince de la comunidad de Galicia, de las veinte existentes. A continuación presentamos información socioeconómica a través de algunas tablas y gráficos que hemos creado con el objetivo de hacernos una idea del tamaño y las características de este sector.

También realizamos una aproximación las **cifras de empleo** que nos dan una idea del mercado de trabajo que promueve este sector. Para ello contamos con el número de empleados de la muestra considerada. Cabe señalar que la mayoría de estas entidades parecen estar constituidas por los socios fundadores, que suelen ser entre uno y dos y por un bajo número de empleados fijos. A través de las entrevistas realizadas se explica esta situación con el argumento de que los empresarios contratan personal de forma eventual, por volumen de trabajo o bien por temporadas, y ésta sería la razón por la que el número de empleados fijos sería tan bajo.

En la figura 3 presentamos el número medio de empleados por comunidad autónoma de las empresas arqueológicas españolas. Observamos que la comunidad que mayor número de empleados de media tiene es Cataluña (17), seguida de Madrid y Aragón (9), después tendríamos el grupo de Comunidad Valenciana, Castilla-León, Navarra y Andalucía (7-6), tras el que se situarían las comunidades de Galicia, Extremadura y Murcia (4-5), después las comunidades de Cantabria, Canarias y Castilla La Mancha (2-4) y finalmente La Rioja, Baleares, y Asturias (de 0 a 1). Suponemos que estos datos podrían estar sobreestimados ya que la información disponible en las bases de datos son las de las empresas más importantes; una vez que tengamos la información para el universo completo estas cifras podrían modificarse.

Concretando esta información para el caso de Galicia, sabemos que en esta comunidad trabajan veinte empresas y tenemos datos para quince de ellas, a partir de las cuales hemos creado la figura 4. Observamos básicamente dos grupos diferenciados de empresas: uno de ellos presenta una constante de dos empleados, y otro en torno a los diez empleados. También hemos calculado la media de empleados en Galicia en esta muestra de empresas y obtenemos que es similar a la media española, unos seis empleados. Cabe recordar que, como explicamos en el desarrollo de la metodología, las empresas para las que tenemos datos son las más importantes y también debemos tener en cuenta el momento del registro del personal de la empresa, ya que podría estar desarrollándose en ese instante un proyecto de gran envergadura lo cual inflaría los datos del personal. Debemos hacer este mismo análisis a largo plazo y distinguiendo entre empleados eventuales e indefinidos.

Otra variable que analizamos es la **fecha de constitución de las empresas pertenecientes al**

**sector arqueológico**. Como se observa en la figura 5, las pioneras se han constituido a finales de la década de los setenta y pertenecen a las comunidades de Madrid y Aragón. Pero es a partir de los noventa cuando comienza el “boom” empresarial para el resto del territorio español, coincidiendo con el establecimiento de la normativa que regula esta actividad.

La Arqueología Comercial española no tiene más de veinte años; la Arqueología hasta entonces se ceñía al ámbito académico. Como ya se ha explicado, es a partir de las directrices europeas, de los estudios de impacto, de los cambios de legislación y, en definitiva, del cambio social, cuando se asume esta actividad dentro de la cadena productiva. Para el caso concreto de la comunidad de Galicia, estos datos se pueden corroborar, las empresas analizadas datan el comienzo de su andadura comercial de principios de la década de los noventa.

Otra variable importante y de la que tenemos alguna información hace referencia al volumen de **ventas** de las empresas arqueológicas gallegas para los años 2002, 2003 y 2004, se ha creado la figura 6, en la que se observa una discontinuidad debido a que no tenemos datos para todas las empresas en este período, como ya hemos ido explicando a lo largo del apartado metodológico. Aun así, podemos hacernos una idea del volumen de ventas para estos tres años.

Al igual que sucedía con el número de empleados observamos un grupo de empresas que no sobrepasa los 100.000€ año durante el período 2002-2004, frente a otro que sobrepasa esta barrera. Finalmente llama la atención el caso de dos empresas que se sitúa entre los 400.000 y los 500.000 €.

La mayoría de estas empresas han ido aumentando su facturación a lo largo de este período o se han mantenido estables lo que apunta una tendencia al crecimiento de estas empresas y quizás del sector.

Finalmente, recordar que este análisis socioeconómico sirve para acercarnos al análisis del sector, pero estos datos han podido cambiar bastante en la actualidad y no están completos para el período de análisis.

## Descripción de la empresa arqueológica gallega desde la óptica de sus empresarios

A raíz de la realización de las **entrevistas semia-biertas** a empresarios del sector arqueológico capturamos una importante información de carácter cualitativo susceptible de ser contrastada en un futuro próximo a través de la realización de un cuestionario. En relación al proceso que configura esta actividad cabe señalar las siguientes cuestiones:

Se muestra como una constante que la actuación de estas empresas se limita a la provincia en la que están establecidas o al área geográfica más próxima. Esta situación suele estar justificada por la falta de competencia con los **desplazamientos**. Al tener que efectuar el traslado con su personal y sus equi-

pos tendrían que encarecer los presupuestos y ello no sería competente con las tarifas que pueden fijar las empresas del lugar.

En cuanto a la estructura social y jerárquica señalamos los **roles** más recurrentes en la organización de estas empresas:

- **Empresarios o socios.** Suelen ser uno o dos y parece que suelen repartirse tareas de coordinación, de contactación de clientes, de contabilidad...
- En este proceso es imprescindible la figura del director de obra, que puede ser desempeñada por el mismo empresario o también puede asignarse al técnico al que corresponda, el requisito para desempeñar esta función es tener la formación que se exige para ser arqueólogo y experiencia en este campo. Este cargo implica formar el equipo técnico y sobre todo llevar la coordinación del trabajo y ser el responsable del mismo.
- Los técnicos que son personas especializadas en alguna de las tareas a realizar, por ello se requiere una titulación para el desarrollo de este cargo y éstos pueden ser de muchos tipos; algunos ejemplos que se han citado en las entrevistas serían: técnicos de excavación, técnicos de restauración, técnicos de laboratorio...
- Finalmente, estarían los auxiliares de obra o también llamados “peones”, que pueden o no tener una titulación universitaria y suelen ser los que más expuestos están a la eventualidad y temporalidad laboral. Son personas que trabajan bajo la supervisión de un técnico y sus directrices.

También a través de la realización de la entrevista semiabierta podemos describir los **recursos** con los que cuentan las empresas, los que les son necesarios, los que no poseen y, en este sentido, las estrategias empleadas para obtenerlos o subsanar este déficit.

- El aspecto **económico** parece mostrarse como el factor más relevante para el desarrollo satisfactorio de la actividad. Si hay escasez de activos económicos se complica la adquisición de otro tipo de recursos, como el equipamiento y el capital social. Ante esta situación los empresarios dicen recurrir a diferentes estrategias de financiación como la tramitación de un crédito bancario o la negociación entre cliente-empresa para lograr acuerdos sobre la forma de pago.
- El equipamiento sería un recurso imprescindible a la hora de desarrollar la actividad arqueológica y, por ello, nos hemos preguntado si las empresas cuentan con todo el material necesario así como las estrategias empleadas para su adquisición. Los entrevistados explican que el material utilizado es casi siempre el mismo para todas las intervenciones; en este sentido, el equipamiento más básico que toda empresa necesita abarca: vehículos adecuados para desarrollar las actividades de campo, ordenadores, escáner, cámaras digitales... Pero después hay otro tipo de equipamiento que tiene un coste muy elevado y no todas las empresas están capacitadas económicamente para adquirirlo, nos estamos refiriendo

riendo a un GPS o a una Estación Total. Una de las estrategias más empleadas para solventar esta situación es la de alquilar el material necesario. Otras empresas que se han decidido a incorporar este material a su equipamiento deciden alquilarlo para sacar algún beneficio de esta inversión.

- En cuanto al capital humano parece que siempre hay personal capacitado y en situación de querer trabajar, pero la problemática reside en los medios para contratarlos, para lo cual adoptan diferentes estrategias: muchas empresas recurren a la contratación eventual para determinados trabajos, para abaratar costes se nos dice que, en ocasiones, se contrata a técnicos como peones y auxiliares de obra, o que una misma persona realiza múltiples actividades para las que existen diferentes especialistas, todo ello con el fin de reducir gastos.

Otra cuestión recurrente y que nos parece interesante señalar es que **no parece haber un plan específico de I+D+i** en el marco de las empresas arqueológicas, ninguna de las entidades entrevistadas tiene una partida destinada a estas actividades. A pesar de ello, algunos entrevistados parecen tener una concienciación de la importancia que el gasto en investigación tendría para el desarrollo de la disciplina; para otros, sin embargo, no es un tema que despierte mayor interés. Sólo una empresa de las analizadas lleva a cabo una labor más clara encaminada hacia la innovación en su empresa y que posteriormente pueda revertir en todas las demás. En este sentido, se atisba una situación de falta de información en relación a estos aspectos que pueden ser beneficiosos para el desarrollo de la Arqueología Comercial.

En cuanto a las **actividades de difusión**, se han rastreado las divulgaciones que estas empresas realizan, cabe señalar que la autoría de dichas publicaciones no suele asociarse al nombre de la empresa, sino que suele ser a título personal. Debemos tener en cuenta que, en ocasiones, estas publicaciones son anteriores a la fecha de constitución de la empresa. Esta información ha sido recabada a través de buscadores de Internet y páginas web de bibliotecas en las que se encuentran publicaciones de libros y artículos de los socios de estas empresas.

Con respecto a la **formación** exigida para la realización de las actuaciones arqueológicas, estos empresarios han de contar con unos determinados conocimientos tales como la titulación universitaria de Historia o Filosofía y Letras con formación en Arqueología y acreditar experiencia de campo. Estas características nos muestran que estas empresas profundizan en el conocimiento, y requieren de un experto y amplios períodos de formación para configurar su oferta de servicios.

La difusión es la responsable de que el Patrimonio pueda cumplir la acción social que le da sentido y la que asegura también que todo el esfuerzo realizado en la investigación revierte en la sociedad. La difusión será tratada en este apartado desde la perspectiva de Querol, M.A. y Martínez, B., similar a la distinción que realiza Bourdieu (1988) entre la educación legítima e ilegítima, distinguiendo entre la

**difusión reglada o formal y la difusión informal**, que se desarrolla desde las exposiciones en los museos, los yacimientos visitables, las publicaciones, las imágenes...

- **Difusión formal.** Los nuevos planes de estudio de Historia incluyeron en la titulación de Historia como materia obligatoria la asignatura de Arqueología, dicha asignatura puede ser impartida tanto por profesorado del área de la Arqueología como por el de Prehistoria. En los ámbitos universitarios se están comenzando a introducir temas relativos al Patrimonio Arqueológico. Es el caso de la Licenciatura de Bellas Artes, con una materia de legislación sobre el tema. En la arquitectura, a pesar de que nos hubiera parecido muy lógica su presencia, no hemos encontrado ninguna asignatura específica.
- **Difusión informal.**
  - El **museo** es un medio para difundir y conservar la Arqueología y los conocimientos científicos a través de sus salas de exposición.
  - En nuestro país comienzan a existir en los últimos años una serie de iniciativas de gran interés sobre **accesibilidad a los yacimientos** arqueológicos, excavados o en proceso de excavación.
  - **Publicaciones.** Bajo esta forma aparecen en el mercado muchos tipos de publicaciones dirigidas a distintos públicos y con diversos objetivos.

Como avanzamos en la descripción del marco normativo, cabe señalar en primer lugar que en España, como en muchos otros países de Europa, no existe una titulación académica de Arqueología que faculte, como ocurre con muchas otras actividades, para el ejercicio de esta profesión. Este hecho, el de no ser una profesión titulada, implica algunas dificultades de partida, ya que imposibilita a los profesionales en esta materia el organizarse en colegios profesionales propios, así como demostrar mediante un título la preparación para el ejercicio de una profesión.

A todo ello debemos añadir que las CCAA establecen una variada y poco homogénea serie de condiciones que se han de cumplir para la realización de la actividad empresarial, lo cual nos da una idea de la problemática con la que se encuentran estos empresarios y así señalamos algunas **dificultades** que han sido señaladas en los discursos de las entrevistas semiabiertas:

- En cuanto a la **formación**, decíamos que en España no existe una titulación universitaria específica de Arqueología, lo que dificulta la definición y el aprendizaje de la profesión. Según la Ley, las intervenciones concretas deben ir a nombre de personas concretas y la referencia profesional es que se trate de un arqueólogo. Por arqueólogo se entiende aquella persona licenciada con titulación en Filosofía y Letras o Historia, especializada en Arqueología o que acredite una formación en la disciplina arqueológica, a través de la experiencia. Actualmente existe una mayor concienciación en este sentido y desde la Universidad se está tratando de introducir asignaturas y especializaciones en este campo.

- Otro problema muy recurrente hace referencia a la entrega de los informes y memorias en la Administración, en las que se justifica la labor arqueológica, y sobre las que no existe unanimidad en su estructura. Estos estudios son concebidos como la entrega de resultados sobre la intervención y su obligatoriedad está especificada legalmente.
  - No se establecen condiciones en cuanto a la naturaleza de estas memorias, aunque sí quién puede publicarlas. Este derecho o deber recae en las propias administraciones y si la dirección desea hacerlo por su cuenta ha de solicitar autorización para ello.
  - No existe unanimidad semejante en cuanto al tema de qué es lo que hay que depositar junto con esos materiales y los plazos de tiempo que se establecen para la entrega de tales informes oscilan según la comunidad autónoma. Ninguna comunidad pone condiciones en cuanto a la naturaleza, extensión o detalle de dichos informes.
- El **marco normativo** en torno a la actividad comercial de la Arqueología está muy **poco desarrollado**, lo que implica una escasa estructuración del sector. Es muy común la legitimación puramente mercantil de la oferta y la demanda, lo que desemboca en múltiples ocasiones en la competencia desleal entre diferentes empresas bajando los presupuestos y la calidad del trabajo.

## Análisis preliminar de los agentes, de sus roles en el proceso y de sus interacciones

En este apartado tratamos de llevar a cabo una aproximación a las posiciones de todos los agentes involucrados en la Arqueología Comercial, cuyo rol está condicionado por los diferentes intereses y objetivos en función de su entorno de procedencia. Desde esta perspectiva nos centraremos en el aspecto social en relación al desarrollo de la actividad comercial analizando el papel de los agentes que intervienen en el proceso productivo.

Los agentes que intervienen tomarán decisiones, ya sean económicas, políticas o sociales, en función de las posibilidades que presenten sus recursos (naturales, económicos y humanos) y sus objetivos. En este sentido es importante la integración de los aspectos sociales, económicos, naturales, culturales... Así pues, los **principales agentes** analizados son los siguientes:

- **La Administración Pública.** Aquí distinguiremos entre Administración estatal, autonómica, local y europea.
- Academia. Aquí estarían insertos los organismos públicos de investigación, los museos y las universidades.
- Sector profesional. Donde encontramos las empresas, autónomos, y trabajadores por cuenta ajena.
- Usuarios del servicio. Promotores, particulares y Administración.

Analizaremos brevemente a estos agentes en relación a la actividad que desarrollan en torno a la Arqueología Comercial.

## Administración Pública

La Administración Pública en materia de Patrimonio tiene distintas entidades en función de la desagregación territorial. Además de tener en cuenta las directrices emanadas por los **organismos europeos**, dentro de nuestro país las competencias en esta materia están compartidas entre: **Administración General del Estado, Comunidades Autónomas y Ayuntamientos**; ello es así debido a que la competencia en cuestiones de Cultura ha sido transferida a diferentes niveles administrativos.

A su vez, dentro del personal que trabaja en los **Departamentos de Cultura** en relación al Patrimonio Arqueológico, nos encontramos con dos tipos de funcionariado: los que pertenecen a la carrera administrativa en cualquiera de sus grados, es decir, administrativos y técnicos ajenos al conocimiento histórico, y los que trabajan en la Administración para el Patrimonio Arqueológico que son arqueólogos por formación y por ejercicio (Querol, M.A. y Martínez, B., 1996).

Por otro lado, debemos tener en cuenta las relaciones existentes entre los Departamentos de Cultura, **Medio Ambiente y Ordenación Territorial** que en la práctica se encuentran separados, a pesar de su interdependencia, lo cual complica aún más esta estructura organizativa. Muchos proyectos han de ser evaluados por diferentes consejerías, por ejemplo en el caso de las evaluaciones de impacto ambiental, cuyos proyectos son gestionados por la Consejería de Industria, la cual delega las cuestiones relacionadas con la política medioambiental en el organismo competente (Medio Ambiente), que, a su vez, delega la parte patrimonial a la Consejería de Cultura.

De una forma general podemos decir que la Arqueología Pública está complejamente estructurada debido al reparto de competencias entre las distintas administraciones: la europea, la estatal (AGE), la autonómica y la local. A ello hay que añadirle las distintas formaciones del personal encargado de llevar a cabo su gestión y finalmente la separación entre los distintos departamentos estatales que participan de un mismo proyecto. Finalmente, debemos tener en cuenta la triple función que realiza la **Administración** en materia de Patrimonio Arqueológico, ya que por un lado es la **creadora del marco normativo**, **por otro lado gestiona la norma al velar por su cumplimiento y, por último, es también demandante de servicios de Arqueología**.

## Academia

Por academia entendemos la labor realizada por Universidades, Museos y Organismos Públicos de Investigación.

## Las Universidades

La Universidad ha sido durante todo el siglo XX la encargada de formar personal responsable del ejer-

cicio de las actividades arqueológicas. Antes del nacimiento de la Arqueología Comercial como nicho de mercado, las Universidades se dedicaban a las tareas que hoy también realizan las empresas, aunque con fines de investigación. En el momento actual, y debido a los cambios estructurales en este sector, el mundo académico ha sufrido y está sufriendo el fuerte impacto de la reorganización de las actividades arqueológicas, unido a la multiplicación de las administraciones competentes.

En este sentido este agente se ha visto obligado a tener que ir transformándose. Hasta nuestros días no existe una formación encaminada al desarrollo de la Arqueología como profesión. Hemos visto que algunas universidades comienzan a contemplar la gestión del Patrimonio Arqueológico como es el caso de la Universidad Complutense, la Autónoma de Madrid, la Universidad de Salamanca, la Universidad del País Vasco, la Universidad de Granada o la Universidad de Barcelona. A su vez, están comenzando a proliferar especializaciones, posgrados y maestrías en torno a esta temática, para poco a poco ir adecuándose a las exigencias y necesidades del momento.

## Organismos Públicos de Investigación

Aquí cabe señalar la actividad realizada por el **Consejo Superior de Investigaciones Científicas**, en el que destacamos el papel desempeñado por los siguientes centros en relación a la Arqueología: Centro de Estudios Históricos en sus áreas de Prehistoria y de Arqueología, el Instituto de Estudios Galegos "Padre Sarmiento" (IEGPS), el Instituto Arqueológico de Mérida, la Institució Milà i Fontanals y la Escuela Española de Historia y Arqueología en Roma. Estos centros, además de llevar a cabo investigación básica, también enfocan sus proyectos en la realización de Arqueología Aplicada; en este sentido las orientaciones de estos centros deberán estar destinadas a desarrollar propuestas teóricas, metodológicas y técnicas que puedan ser transferidas a los demás agentes y a la sociedad en su conjunto.

## Museos

Son una "Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad, que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio"<sup>6</sup>. Los museos modernos se han convertido en centros de investigación con misiones bastante concretas y, sobre todo, se han diversificado mucho sus funciones. Por lo que respecta a la Arqueología, se consideran museos los centros que exponen, conservan e investigan materiales arqueológicos fuera de sus contextos. Cabe señalar que existe una gran variedad de museos en relación a la difusión realizada, así, tenemos aquellos que exclusivamente son arqueológicos, antropológicos, etnográficos...

<sup>6</sup> Definición dada por el ICOM en 1974.

con distinta titularidad (pública, privada o eclesiástica) y ámbito (nacionales, autónomos, provinciales y locales). Sus labores están especificadas legalmente y se encargan básicamente de la difusión y divulgación del conocimiento, así como de la conservación y restauración de sus materiales.

## Sector Privado

Tal y como se ha venido desarrollando a lo largo de estas páginas, a raíz de todos los cambios acaecidos, surge un nuevo mercado como resultado de nuevas necesidades, lo que conforma la aparición de un nuevo agente dentro de la disciplina arqueológica: el profesional liberal. Una vez aprobada la Ley de Patrimonio Histórico Español en 1985, en la que se establece y regula la protección del mismo, y debido a la magnitud de esta competencia para los organismos públicos, comienzan a surgir los profesionales que introducen esta actividad en el mercado. Éstos, tras conseguir una titulación universitaria en el campo de la Historia y desarrollar en mayor o menor medida una formación autodidacta, se han organizado jurídicamente como empresas o como autónomos que ofrecen un servicio o como mano de obra que lo desempeñan a cambio de una remuneración.

Esta novedosa oferta nace en un momento en el que, por un lado, las competencias en materia de Arqueología han sido transferidas a las CCAA y, por otro, se generaliza la denominada Arqueología urbana, que engloba todas las intervenciones arqueológicas exigidas por la realización de obras públicas o privadas en las ciudades en solares en los que existe, o se supone que existe, Patrimonio Arqueológico. Hasta esos momentos, la escasa Arqueología urbana que se había realizado en nuestro país había estado en manos de Servicios de Arqueología, dependientes casi siempre de los Ayuntamientos. Pero ahora, los solares en los que se sospecha la existencia de restos arqueológicos y en los que se va a llevar a cabo una obra, se convierten en demasiado numerosos para que la Administración competente se encargue de ellos.

La exigencia de un informe arqueológico previo a la licencia municipal en determinadas zonas, y la urgencia de obra que por lo general tienen las promotoras, ha motivado que, en cada vez más casos, sea el dinero particular, el de la empresa promotora, el que se utilice para pagar los trabajos arqueológicos. Al existir esta relación contractual obligada, surge el ejercicio libre de la profesión de la Arqueología.

## Clientes, promotores y /o usuarios

Los usuarios de este servicio son de tres tipos, por un lado estaría la Administración en todas sus vertientes, por otro las promotoras y, finalmente, los particulares, estos dos últimos como consumidores obligados. Esta cuestión es importante y la distingue de otro tipo de servicios en los que el cliente acude a comprar un servicio o producto por deseo o por necesidad. En este caso, no es así: el cliente o usuario surge por obligación, (no por necesidad ni mucho menos por deseo), al tener que cumplir la Ley.

Desde esta óptica, la existencia de este mercado depende por completo del talante de la Administración en cada comunidad autónoma: este agente es el que informa o exige a la promotora y al particular el cumplimiento de la legislación a la hora de llevar a cabo una actividad que pueda poner en peligro el Patrimonio Arqueológico, y es la misma Administración la que dará o no la autorización a la empresa seleccionada por aquél para realizar la actividad arqueológica.

## CONCLUSIÓN Y ACTIVIDADES FUTURAS

### Recapitulación

En este trabajo se ha ido recogiendo información sobre el sector arqueológico empresarial español y se ha analizado de forma descriptiva entender su funcionamiento y su problemática, con el objeto de crear estrategias futuras que palien sus dificultades empleando la perspectiva sistémica de la innovación, y lograr su consolidación en el mercado. Bajo estas premisas se propusieron una serie de objetivos, hipótesis y técnicas metodológicas para explicar detalladamente las cuestiones de partida.

Primeramente nos hemos detenido en el retrato del contexto histórico de finales del siglo XX, fijamos las grandes transformaciones mundiales socioeconómicas y cómo éstas han conformado nuestra realidad actual, concretándola finalmente en la temática referente al Patrimonio Cultural en nuestro país. En España, a raíz de la instauración de la democracia, del Estado de las Autonomías, del reparto de competencias, del cambio de valores sociales y de la expansión urbana en los núcleos principales, iniciada en los años sesenta y que, con un ritmo más o menos acelerado, no ha dejado de producirse hasta hoy, se ha sentido la necesidad de organizar estas construcciones en consonancia con el medio al que pertenecen. En un primer momento, la especulación y la ausencia de control contribuyeron a destruir una parte importante y nunca evaluada del Patrimonio Arqueológico. Es por ello que a principios de los ochenta comienza a regularse este tema y, finalmente, en 1985, se instaura la Ley de Patrimonio Histórico Español.

Dicho cambio legislativo abre las puertas a un nuevo nicho de mercado en la disciplina arqueológica; hasta entonces, el coste de estas intervenciones era soportado en su totalidad por la Administración competente. Sin embargo, a partir de los años sesenta y setenta en la Europa del norte y de los ochenta en nuestras regiones se asumió que la Administración competente no podía enfrentar todos los gastos y que una salida a este problema podía estar en asumir los costos las entidades o personas interesadas en realizar actividades que pudiesen poner en peligro el Patrimonio. La privatización de esta actividad, así como la filosofía que está detrás de esta situación es de corte neoliberal, en pleno auge en esta época; pues bien, la Administración no puede

sufragar todos los gastos y los ciudadanos han de asumir esta responsabilidad (es una idea paralela a la gestión ambiental: el que contamina, paga).

Ello conforma un nuevo mercado que, en este trabajo, es entendido como una innovación social, fruto de un contexto histórico que trata de buscar soluciones a nuevas necesidades sociales. El comercio de los servicios arqueológicos lo analizamos como el resultado de una nueva demanda social de protección del medio, de valorización de los bienes patrimoniales, de las nuevas pautas de consumo... todo ello comienza a tratarse en el marco legal, por lo que se establecen obligaciones sociales en torno a estas disciplinas.

Tras estas pinceladas históricas nos hemos adentrado en la descripción del funcionamiento de este nicho de mercado en el panorama español y más concretamente en el caso gallego, en consonancia con los objetivos, hipótesis y técnicas metodológicas establecidas. A partir de la información recabada a través de fuentes primarias y secundarias y de la realización de entrevistas semi-abiertas que proporcionan una rica información cualitativa, nos hemos acercado a la estructura socioeconómica y funcionamiento de estas empresas.

En relación a estas cuestiones y hasta el momento, podemos decir que, efectivamente, nos encontramos ante un sector emergente en la década de los ochenta-noventa, pero con una débil estructura, debido sobre todo a cuestiones de normalización de la actividad. Esto va desde la inexistencia de una formación estrictamente arqueológica en nuestro país, pasando por la multiplicidad de normas legales en función de cuestiones territoriales y de competencias de las diferentes consejerías, hasta llegar al escaso corporativismo que existe entre estas empresas.

A partir de la instauración en 1985 de la Ley de Patrimonio Histórico Español comienza el funcionamiento en el mercado de este tipo de empresas. Hasta la fecha, hemos localizado doscientas veinticuatro por todo el territorio español, aunque tienen una mayor representación las comunidades de Madrid, Cataluña y Castilla León, a éstas le sigue Galicia con veinte entidades. Seguidamente analizamos el número medio de empleados en este sector por comunidad autónoma y observamos que es bajo y variable, en relación al volumen de trabajo o al período anual; aquí se repite la estructura anterior y las comunidades de Cataluña y Madrid serían las que mayor número de trabajadores contratados tienen registrados. Finalmente, los datos sobre ventas anuales que hemos manejado a lo largo de este trabajo son para los años 2002, 2003 y 2004, en los que observamos que hay un crecimiento de estas cifras a lo largo de este período temporal. En definitiva, parece haber un grupo homogéneo de empresas pequeñas entre las que destaca un pequeño porcentaje de empresas importantes atendiendo a estas variables.

A esta situación hay que añadirle que este sector se caracteriza por la intervención de múltiples agentes que se insertan en el proceso atendiendo a unos intereses diferentes en función de sus entornos de procedencia. Esta complejidad organizativa puede

verse aumentada debido a las interacciones de corte informal, basadas en relaciones personales y de amistad.

Todas estas cuestiones podrían estar dificultando el crecimiento y la consolidación de este sector en el mercado. Por esta razón, se abre esta investigación, para tratar de profundizar en estas cuestiones y adoptar estrategias que, desde la perspectiva sistémica de la innovación, detengan este discurrir de la presente disciplina, para mercantilizarse acorde con los valores sociales y de identidad.

## Actividades futuras

A raíz de los datos recopilados se plantean un conjunto de actividades para profundizar en el entendimiento del funcionamiento de este sector y, así, formular estrategias que favorezcan su consolidación y crecimiento en el mercado, cuyas consecuencias reviertan positivamente en el conjunto de la sociedad.

En primer lugar y en relación al **marco teórico** establecido en este trabajo planteamos profundizar en aspectos tales como el análisis de los sectores intervenidos en comparación con el arqueológico, algunos de ellos podrían ser el de medio ambiente, defensa, educación o tráfico.

Seguidamente, nos parece interesante incidir en la creación del mercado arqueológico en relación al sector público como un aspecto que podría favorecer la innovación a través de la creación de servicios. Desde esta perspectiva la iniciativa pública crearía leyes, infraestructuras, centros tecnológicos, capital riesgo... para desarrollar el aspecto innovador. El sector arqueológico surge a través de una normalización legal y así se van creando las empresas, con lo que se crearía una demanda que favorecería el desarrollo de la innovación.

En relación a los **aspectos metodológicos** cabe señalar que, a partir de los resultados obtenidos a través de la realización de las entrevistas en profundidad, se pasará a formular un cuestionario que trate de recabar datos de un modo más sistemático, incidiendo mayormente en el aspecto cuantitativo para poder crear una base de datos tangible que nos permita realizar análisis rigurosos.

Una vez realizada la encuesta se realizará el tratamiento de los datos a través de un programa de análisis estadístico como el SPSS y se aplicará a los resultados alguna técnica de análisis multivariante como método estadístico para analizar medidas múltiples en relación al objeto de estudio. A través de la aplicación de esta metodología se persigue el análisis de cuestiones que nos parecen importantes y en íntima consonancia con las directrices marcadas en este trabajo, algunas de éstas podrían ser:

- Observar los **procesos tecnológicos** que tienen lugar en las empresas arqueológicas, entendiendo por éstos, factores que favorecen la especialización en el proceso productivo y que a su vez proporcionan ventajas competitivas en los mercados. Entenderemos por tecnología aquella *“forma de hacer cosas que implica a la vez un*

*objetivo, un modo y un saber*" (Criado 1996), de este modo la tecnología constituye la dimensión social de la técnica, es técnica aplicada a un contexto siendo capaz de transformar un saber abstracto en un saber-hacer. Por lo tanto, es interesante analizar que estas cuestiones nos enmarcan en un orden de resolver una situación teniendo en cuenta unas premisas contextuales, como puede ser la idiosincrasia específica de un territorio, los recursos humanos, económicos y materiales, y su interrelación y su uso en función de la organización social y del sistema de valores. Es por ello que, a partir de las relaciones de los distintos agentes que componen un sector concreto, empresas, administración, academia y clientes, no sólo se intercambian productos y servicios sino también conocimientos tecnológicos y pautas de comportamiento.

- También se tratará de incidir en la **innovación** que tiene lugar en este contexto, como un conjunto de actividades sistemáticas dirigidas a mejorar en el marco de esta disciplina desde el punto de vista tecnológico-productivo. Los sistemas productivos están formados por un sistema de interrelaciones que configuran el mercado, en el cual se dan relaciones de cooperación y de competitividad entre las empresas. Estas relaciones son importantes y positivas en su justa medida ya que favorecen la introducción de innovaciones y tecnologías en el sistema productivo así como su regulación. En este sentido están íntimamente relacionados los procesos de aprendizaje como un modo de adaptación de las estrategias establecidas por otros agentes que pueden ser competidores; pero que a su vez introducen y difunden innovaciones susceptibles de ser aplicadas por otras empresas, lo que establece asimismo relaciones de cooperación beneficiosas para todos. La confluencia de intercambios de productos y recursos entre las empresas, las relaciones entre los diferentes actores y la transmisión y transferencia de información facilita la difusión de estas técnicas, el aumento de la productividad y mejora la situación de las actividades comerciales.
- También conviene analizar los procesos de aprendizaje y formación de los agentes que intervienen en el proceso productivo y de inserción en el mercado. La lógica del aprendizaje se basa en la capacidad de los actores para adaptar, a lo largo del tiempo, las tecnologías e innovaciones a los cambios de su entorno; se trata de que los agentes logren modificar sus comportamientos en función de los cambios acaecidos en su contexto. Asistimos constantemente a dinámicas de adaptación, de saber-hacer, es decir, de generación de tecnología y en este sentido es clave la formación y el aprendizaje, así como tener en cuenta otras experiencias similares en diferentes contextos y assimilarlas o adaptarlas a los casos concretos.
- Finalmente, para que una tecnología tenga efectos económicos a escala macroeconómica debe difundirse, es decir, debe ser adoptada por otros utilizadores; la difusión de las nuevas tecnologías

es tan importante o más que su desarrollo (Castro, E. y Fernández de Lucio, I., 2001). En relación con los sistemas productivos del entorno, parece que es a este nivel de desagregación donde la innovación se difunde con mayor rapidez y efectividad, ya que la transmisión de la información a otros contextos supone costes y dificultades de entendimiento, de traducción, de aplicación... (Rama, R., 1998).

- Todo ello, a su vez, está en relación con el marco político territorial que plantea cuestiones en relación a la inserción de esta profesión en el mercado en función del espacio. Éste tiene una gran importancia en la regulación de los procesos productivos; a partir de la legislación en torno al objeto de estudio se desarrolla una determinada infraestructura que puede permitir o poner trabas al acceso al conocimiento, que promueve o no la integración tecnológica, las relaciones entre los agentes, puede atraer inversiones... todo lo cual favorece la estimulación y la dinamización del desarrollo local de estas empresas. Pero hay que tener en cuenta que, como ya se ha explicado anteriormente, la respuesta a los desafíos que surgen en cada territorio no es única, sino que se pueden adoptar acciones de carácter muy diverso.

En definitiva, a través del cuestionario se tratará de recoger información sobre la situación actual del sector así como las actitudes y comportamientos ante la innovación. Se espera que este proceso contribuya a la reflexión sobre las dificultades y potencialidades del sector, así como a la definición de estrategias que contribuyan a dinamizar al colectivo hacia la realización de actividades innovadoras para contribuir a la mejora de este sector desde el punto de vista tecnológico-productivo y teniendo en cuenta el contexto en el que está inserto.

## Valoración crítica

Como hemos venido observando, el sentido actual del Patrimonio Cultural es novedoso en nuestro país. Debido a cambios estructurales en el marco del Estado español, con el advenimiento y la consolidación de la democracia, con la apertura de este país a las relaciones e intercambios internacionales, con la instauración de la sociedad de consumo de masas... se produjo un cambio de valores que afectó a todos los órdenes de la vida, y el Patrimonio Cultural no iba a ser una excepción.

Hasta este momento el legado de nuestros antepasados se venía entendiendo de forma inmutable y perenne, de modo que solamente podía ser apreciado y disfrutado por un número muy reducido de personas con capacidad adquisitiva y tiempo para estas tareas. Esta situación ha cambiado drásticamente en España a partir de la década de los sesenta, cuando parece que se universaliza el acceso de la población al consumo, se produce la elevación de sus ingresos, la reducción de la jornada laboral; todo lo cual conduce a una mayor disponibilidad de tiempo para el ocio y disfrute, que sumado a la universalización de las vacaciones, a los cambios sociales y culturales, a las mayores cotas de bienestar social, reduce

la necesidad de satisfacer las cuestiones primarias o básicas que, en términos de la teoría de A. Maslow, las conforman aspectos como la alimentación, la seguridad, vestimenta... para tratar de cubrir las llamadas necesidades secundarias o superiores, que introducen valores como el prestigio social, la autoestima o la autorrealización<sup>7</sup>, dentro de las cuales están insertas las nuevas demandas y los cambios en las pautas de consumo.

A todos estos nuevos valores hay que sumarle el de la preocupación por la sostenibilidad, cuidado y respeto al medio, lo cual repercute en lo que afecta al ámbito del Patrimonio Cultural. Esta nueva demanda de sensibilidad hacia el Patrimonio, unida al desbordamiento de la labor de la Administración para la satisfacción de esta nueva necesidad, converge en la mercantilización de la misma. Es decir, surgen, entre otras, las empresas arqueológicas que se ocupan de velar por el buen estado de nuestro legado material y, así, de encontrarlo, para que posteriormente sea protegido.

Es así como comienza a organizarse esta actividad que toma forma de servicio, se comercializa el desarrollo de estas tareas, se privatiza esta labor a través de una orientación de la demanda político-social. Dicha actividad pasa a formar parte de la lógica del mercado y es así como tiene lugar un nuevo proceso de innovación que conforma la Arqueología Comercial.

Uno de los aspectos que nos parece interesante mencionar, al hilo de estas cuestiones, es que la aparición en la sociedad española de este mercado que ha conducido a la **consideración social** de esta disciplina. A raíz de la norma establecida se ha obligado a que por primera vez se planteen cuestiones en torno a la estructuración de la Arqueología Comercial española, en torno a la profesionalización de la disciplina, tales como la formación, el mercado de trabajo, la seguridad laboral... cuya resolución es demandada por este colectivo para una adecuada realización de la actividad. El problema es que, al hilo de las entrevistas realizadas, estos agentes aún no se han organizado de manera efectiva para resolver estas cuestiones, y se espera que desde otros entornos tales como el administrativo o el académico se tomen medidas al respecto.

Otro impacto en la consideración social de esta disciplina es el entendimiento del Patrimonio en términos de mercado. Como consecuencia de estas transformaciones sociales, esta disciplina comienza a incidir en el incremento del valor turístico y de ocio de un determinado territorio, cuestión en la que muchos lugares están trabajando para ofertar un servicio que tendrá una serie de impactos socioeconómicos en el conjunto poblacional de la región en que se encuentre y en el que se están centrando muchas estrategias de desarrollo local en nuestro país.

<sup>7</sup> Maslow, A. (1987): *Motivation and Personality*. 3ª ed. New York: Harper and Row.

Finalmente, señalar que, tal y como se nos indica en el Manual de Oslo, la producción, la explotación y la difusión del conocimiento son indispensables para el crecimiento económico, para el desarrollo y para el bienestar de las naciones y para lograr estos objetivos la innovación es un factor fundamental. Actualmente, a través de la Comisión Europea sabemos que la economía de la Cultura es una de las herramientas de desarrollo social y económico sostenible capaz de crear más de puestos de trabajo y de favorecer la cohesión social. Dentro de estas actividades están insertos el turismo cultural y el Patrimonio Arqueológico, por lo que, sin duda, la Arqueología es una disciplina en la que es interesante trabajar acorde con los parámetros y directrices europeos. De hecho, el estudio realizado en el marco de la empresa arqueológica, y en el que se seguirá trabajando, es susceptible de ser aplicado en un futuro próximo a otras disciplinas que comprenden nuestro Patrimonio.

En definitiva, me gustaría cerrar este trabajo apuntando que ya Marx nos hablaba del proceso de valorización de las mercancías, es así, que asistimos a la comercialización de un sinnúmero de actividades, de la que no escapa el Patrimonio, tal y como hemos descrito a lo largo de estas páginas. Aunque estos procesos sean a menudo criticados por los que piensan, entre otras cosas, que no todo tiene un valor, debemos tener en cuenta que no podemos escapar de estos procesos y qué mejor que tratar de regular estas situaciones del modo que sea más provechoso para el conjunto social. Esta es la intención desde la que se emprende este trabajo y desde la que se espera proporcionar unos resultados que conformen de la Arqueología una disciplina que cree un mercado de trabajo estable, que contribuya a la innovación de esta actividad, que oferte un servicio a la vez que proteja nuestro Patrimonio, defendiendo los valores culturales e identitarios.

El sistema de mercado puede ser un motor de rápido crecimiento económico y de mejora de nivel de vida, aunque puede conllevar procesos de deshumanización y de cosificación. Para evitar su efecto perverso y como muchos autores han apuntado (Tocqueville, Ortega y Gasset, Weber...), son muy importantes las ideologías y, así, desde el análisis del Mercado del Patrimonio, en este caso de la Arqueología Comercial, trataremos de dotar a esta disciplina de mecanismos para su desarrollo y consolidación en el mercado evitando los efectos perversos de la mano invisible que son los que están funcionando, como la competencia desleal y la autorregulación de los precios en función de los costes más baratos, en múltiples ocasiones, en detrimento de la calidad de la actividad.

## Relaciones entre los agentes

Las interacciones entre los diferentes agentes al hilo de todas las cuestiones expuestas hasta el momento podemos visualizarlas en la figura 7. La Administración, ya sea estatal o local, es la encargada de velar por el cumplimiento de la norma. Las empresas arqueológicas, para la realización de sus actuaciones, han de solicitar la autorización competente a los Departamentos de Patrimonio, así como entregar un

informe final con los resultados del trabajo realizado. A su vez, hemos de tener en cuenta que desde el ámbito administrativo se pueden solicitar servicios de Arqueología a estas empresas, por lo que los mismos que realizan y gestionan la norma pueden a su vez convertirse en clientes de este tipo de actividades, cumpliendo así una triple función. Desde esta perspectiva, existe un vínculo formal en el que el aparato administrativo interacciona con el empresarial bien sea a nivel de gestionar y velar por el cumplimiento de la Ley, o mediante la contratación de un servicio determinado, o mediante la creación de normas que atañan a este tipo de actividades.

Además de la Administración existen otro tipo de clientes, que generalmente demandan este tipo de servicios: los particulares (dueños de un solar en el que quieren realizar algún tipo de obra, por ejemplo) u otras empresas, suelen ser ingenierías, constructoras o promotoras, que necesitan cumplir una serie de requisitos para realizar su trabajo y por ello han de solicitar los servicios arqueológicos y conseguir las licencias y permisos oportunos. En esta interacción existe un vínculo formal a través de la contratación.

Finalmente, debemos tener en cuenta que estos clientes contratan los servicios arqueológicos desde la obligación normativa impuesta por la Administración, si este permiso no fuese tramitado se estaría incurriendo en la ilegalidad y, por tanto, realizando un delito. Este dato es importante, ya que esta situación proporciona tintes de peculiaridad a este mercado que está parcialmente intervenido: pero esta situación no sería exclusiva de la Arqueología: podemos pensar en los triángulos reflectantes que todos los conductores han de llevar en sus vehículos por obligación legal o en los mandos de funcionamiento de las máquinas de tabaco que todos los negocios que tengan este servicio han de poseer.

Una vez realizada la actuación arqueológica, en caso de que se hayan encontrado objetos con valor patrimonial, éstos han de ser entregados en el lugar indicado por la Administración competente, que suele ser el museo más cercano. Desde esta óptica existe una relación de carácter formal entre la empresa y la academia, ya que viene establecida por la norma competente. Pero además de los museos, habíamos dicho que las universidades y los organismos públicos de investigación también formaban parte de lo que venimos llamando academia. En relación a las universidades, explicamos que son las encargadas de formar a los futuros arqueólogos, que, en muchos casos, una vez adquirida su licenciatura, se dedicarán a la rama comercial desde esta disciplina, por lo que a este tipo de relación también podríamos caracterizarla como formal. Desde otro ángulo, en muchas ocasiones la Administración financiera investigaciones que realizan las Universidades y los Organismos Públicos de Investigación o subvenciona museos de carácter público o mixto, con lo que encontramos otra formalidad. También desde la academia se persigue realizar actividades de divulgación que lleguen a la sociedad, desde la publicación de artículos, la exposición en los museos o el aprendizaje en las aulas.

Finalmente, y tras estas relaciones marcadas por la Lei de Patrimonio Histórico Español (1985), existen un gran número de informalidades, según hemos podido observar a través de las entrevistas realizadas. Las empresas, en muchas ocasiones, parecen acudir a las Universidades en busca de asesoramiento experto para la resolución de dificultades encontradas en el desarrollo de su labor cotidiana, pero estas interacciones parecen más bien fruto de las relaciones personales de amistad, es decir, de la informalidad. Esto plantea una dificultad desde las teorías sistémicas de la innovación que plantean como necesario el feedback de conocimiento entre universidad y empresa para la dinamización del sector productivo.

La misma situación se reproduce en las colaboraciones entre estas empresas, que son muy puntuales y en muchos casos basadas en la familiaridad entre los socios. Por otro lado, desde estos enfoques está tomando especial relevancia el papel de los usuarios de los productos y servicios como demandantes de calidad, cuestión que no sucede en este campo, al ser un sector que vende su actividad por la obligación de los usuarios y no por una demanda efectiva del cliente.

En definitiva, a pesar de las interacciones de carácter formal y estratégico existentes, la mayoría de las relaciones establecidas son de corte informal, lo que estaría dificultando el desarrollo y la consolidación de este nicho de mercado; por lo que parece necesario trabajar desde esta perspectiva para que este sector pueda crecer, normalizarse y funcionar desde los parámetros de la innovación, y así adaptarse a los sistemas de mercado actuales.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGLIETTA, M. (1997): El capitalismo en el cambio de siglo: la teoría de la regulación y el desafío del cambio social. Régulation et crises du capitalismo.
- AITCHISON, K. (1999): Profiling the Profession. A survey of archaeological jobs in the UK. Council for British Archaeology, English Heritage, Institute of Field Archeologists.
- ALONSO, L.E.; CONDE, F. (1994): Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo. Madrid: Debate.
- AMIN, S (2001): “¿Nova fase do capitalismo? Ou cura de anovamento do capitalismo senil?”. Revista A Trabe de Ouro (traducción de Alfredo Iglesias Diéguez).
- ÁREA, S. Coop. Madrid. (Viejos) Dilemas de la Arqueología (en Madrid).
- AZAGRA CARO, J.; (2004): La contribución de las universidades a la innovación. Universitat de Valencia.
- BARREIRO, D. (2006): “La Aureola Perdida (Propuesta para una Arqueología Aplicada)”. Arqueoweb, Núm. 8 (1). Art. 8.

- BARREIRO, D. (2006): "Conocimiento y acción en la Arqueología Aplicada". Complutum, Núm. 17, pág. 205-220.
- BAUDRILLARD, J. (1974): La Sociedad del Consumo. Sus mitos, sus estructuras. Barcelona.
- BEAUDRY, D; RÉGNIER, L.; GAGNÉ, S. (2006). Development chain for the results of university research with a potential for use. Québec. Conseil de la science et de la technologie.
- BECATTINI, G. Y RULLANI, E. (1996): "Sistemas productivos locales y mercado global". Globalización y sistemas productivos locales.
- BERRA, M. (1994). Innovación tecnológica e innovación social. Nuevos modelos organizativos disponible en [www.azc.vam.mx/publicaciones/gestion/num6/art14.html](http://www.azc.vam.mx/publicaciones/gestion/num6/art14.html).
- BILDERBEEK, R; PIM DEN HERTOOG; MARKLUND, G; MILES, I. (1998): SI4S Synthesis Paper. "Services in Innovation: Knowledge Intensive Business Services (KIBS) as co-producers of innovation".
- BORRÁS CATALÁ, V. (1998): El consumo, un análisis sociológico. La estructura del consumo y los grupos sociales en la región metropolitana de Barcelona. Barcelona: Cedeas Ed.
- BORDIEU, P. (1988): La Distinción. Madrid: Taurus.
- BOUCHARD, C. (1999) « Contribution à une politique de l'inmatériel (research in humanities and social sciences and social innovations: contribution to a policy of the non-material) ». Conseil québécois de la recherche social (Québec social research council).
- BOYER, R. (2004): The Future of Economic Growth. As Becomes Old, Edward Elgar Publishing, caps. 7 y 9.
- BOZEMAN, B. (2000): Research Policy, 29. "Technology transfer and public policy: a review of research and theory".
- CASTELLS, M. (2001). Fin de Milenio. "Introducción: Un tiempo de cambio". La era de la información. Vol. 3.
- CASTRO MARTÍNEZ, E y FERNÁNDEZ DE LUCIO, I (2001): Innovación y Sistemas de Innovación.
- CASTRO MARTÍNEZ, E.; FERNÁNDEZ DE LUCIO, I; GUTIÉRREZ GRACIA, A.; AÑÓN MARÍN, M.J.; Ponencia: "La estrategia de dinamización en la cooperación investigación-empresa: desarrollo conceptual y aplicaciones".
- CHESNAIS, F. (2001): "La teoría del régimen de acumulación financiarizado: contenido, alcance e interrogantes". Forum de la régulation, Universidad de Paris-Nord.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2000): Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. La innovación en una economía del conocimiento.
- COSTAS, A. Y BEL, G. "Privatización y posprivatización de servicios públicos: riesgos regulatorios e impuestos ocultos. El caso de España" en CEPAL-SERIE Seminarios y Conferencias nº3 pp. 231-251.
- COTEC (2005): Estudios, 31. Panel de Innovación Tecnológica. PITEC.
- CRIADO BOADO, F. (1996): "El futuro de la Arqueología ¿la Arqueología del futuro?" Trabajos de Prehistoria 53, nº 1, pp. 15-35.
- CRIADO BOADO, F. (1996): "Hacia un modelo integrado de investigación y gestión del Patrimonio Histórico: la cadena interpretativa como propuesta". PH Boletín 16.
- CRIADO BOADO, F. (1996): "La Arqueología del Paisaje como programa de gestión integral del Patrimonio Arqueológico". PH Boletín 14.
- CRUZ, M. (1997): Acción Humana. "Intenciones Humanas, Estructuras Sociales". Salvador Giner.
- CUARTO FORO EUROPEO PARA LAS EMPRESAS INNOVADORAS (Karlsruhe-Stuttgart, 5-7 de diciembre de 2004): Innovación & Transferencia de Tecnología. "La innovación en los Servicios. Invitar a la Cententa al Baile de la Innovación".
- CUIEC (1998): "Introducción: el concepto de innovación". Libro Blanco Innovación.
- Decreto 199/1997, de 10 de julio, por el que se regula la actividad arqueológica en la comunidad autónoma de Galicia (DOG, 06/08/1997).
- Decreto 442/1990 (Galicia), de 13 de septiembre de 1990, de Evaluación de Impacto Ambiental (DOG, nº 188, de 25 de septiembre de 1990).
- DÍAZ BENITO, V. M.; (2002): El Sector de la Biotecnología en España: Su estudio a través del concepto de "Sistema de Innovación". Universidad Complutense de Madrid.
- DÍAZ DEL RÍO ESPAÑOL, P. "Arqueología Comercial y Estructura de Clase". Gestión Patrimonial y Desarrollo Social. CAPA 12.
- Diccionario de la Real Academia Española (2001).
- DOMÍNGUEZ ALONSO, R. M<sup>a</sup>; FERNÁNDEZ UGALDE, J. L.; HERCE YUSTE, M.; MENASANCH DE TOBARUELA, M.; PRESAS VÍAS, M. M<sup>a</sup> (1992): "Arqueología Profesional e Intervención. Reflexiones desde una experiencia cooperativa". Reunión de Arqueología Teórica, AREA Sociedad Cooperativa.
- ENGUITA, M. F.; (1998): Economía y Sociología: Para un análisis sociológico de la realidad económica. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L.; (1998) "The dynamics of innovation: from national systems and "mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations". Department of Science and Technology Dynamics, Amsterdam.
- EXPÓSITO DÍAZ, P.; IGLESIAS CASAL, A., RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, X. A., VÁZQUEZ ROZAS, E. (2003): Econometría sectorial: modelos aplicados a los sectores agrario, pizarra, madera y comercio.

- FEATHERSTONE, M. (2000): Cultura de consumo y posmodernismo.
- FERNÁNDEZ ESQUINAS, M.; RUIZ RUIZ, J. (2006): Los jóvenes y la creación de empresas. Actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.
- FERNÁNDEZ DE LUCIO, I., CASTRO MARTÍNEZ, E.; CONESA CEGARRA, F.; GUTIERREZ GRACIA, A. (2000). "Las relaciones universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional" en Revista Espacios, Vol. 21(2), disponible en <http://www.revistaespacios.com/a00v21n02/60002102.html>.
- FUNDACIÓN SEPI (2002). Encuesta sobre las estrategias empresariales.
- GESELOWITZ, M.; (1993): Science, Technology & Human Values, Vol. 18, No. 2, 231-246, "Archaeology and the Social Study of Technological Innovation".
- GONSALO DE MOURA, J. (2004): Arranjo Produtivo Turístico de Sao Luis. REDESIST.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2004). Encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2001). Estadística de actividades de I+D.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2005). Panel de Innovación Tecnológica (PITEC). "Análisis de las actividades de innovación tecnológica en el año 2003".
- INSTITUTO DE LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO (INGENIO-CSIC-UPV), (2005): Evolución del Sistema de Innovación de las Illes Balears.
- JACOB ESCAURIAZA, M.; TINTORÉ SUBIRIANA, J.; TORRES TORRES, X. (2001): Informe del proyecto: "Innovación en el sector turístico balear. Análisis prospectivo de tecnologías".
- JOSEP CUENCA, M (2003). "Humanidades, Ciencias Sociales y Económicas en el Plan Nacional 2004-2007" en Economía Industrial, nº 354, p.p. 125-134.
- KLEINKNECHT, A; VAN MONTFORT, K.; BROWER, E. (2002): Economic Innovation, New Technology. "The Non-Trivial Choice between Innovation Indicators".
- Ley 1/1991, de julio, de Patrimonio Histórico de Andalucía (BOJA número 59, de 13/07/1991).
- Ley 1/1995, de 2 de enero, de protección ambiental (DOG, nº 29, de 10 de febrero de 1995).
- Ley 8/1995, de 30 de Octubre, del Patrimonio Cultural de Galicia (DOG, 08/11/1995; BOE, 01/12/1995).
- Ley 9/1993, de 30 de septiembre, del Patrimonio Cultural Catalán.
- LÓPEZ, M<sup>a</sup>; MEJÍA, J.C.; SCHMAL, S. "Un acercamiento al concepto de la transferencia de tecnología en las universidades y sus diferentes manifestaciones" en Panorama Socioeconómico. Vol.24, nº 032, pp. 70-81.
- LUACES ANCA, J. (2000): "La Arqueología desde el sector privado: actividad profesional o empresarial". Cursos de postgrado impartidos en la Universidad de Santiago.
- LUNDVALL, B. A. (1992): National System of Innovation, London.
- LUNDVALL, B. A. (2001): "Innovation Policy in the Globalizing Learning Economy". The Globalizing Learning Economy, Oxford University Press.
- MAFFESOLI, M. (2004): El tiempo de las tribus.
- MANDEL, E. (1994): El poder y el dinero: Contribución a la teoría de la posible extinción del Estado.
- MANUAL DE OSLO. OCDE y Eurostat. Tercera Edición, 2005.
- MARCH CHORDÀ, I.; (2003): MADRI+D, nº 20, "La medición del desempeño ante la innovación mediante el uso de indicadores y macroindicadores".
- MASLOW, A (1987): Motivation and Personality, 3ª ed. New York: Haper and Row.
- MARX, K (1867): El Capital. Vol I, libro primero, pp. 3-47.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2006): "Arqueología, patrimonio cultural y ... ¡Turismo!". Contribuciones a la Economía.
- OLAZARÁN, M.; GÓMEZ URANGA, M.; (2001). Servicios Editoriales de la Universidad del País Vasco. "Sistemas Regionales de Innovación".
- OSCA LLUCH, J. "Los Trabajos Científicos: estructura, elaboración y búsqueda bibliográfica".
- PIM DEN HERTOOG: International Journal of Innovation Management Special on Service Innovation. "Knowledge Intensive Business Services as Co-Producers of Innovation".
- PRATS PLANAGUMÁ, L.; GUIA JULVE, J; Universitat de Girona. "La destinación como sistema local de innovación: un modelo para la ventaja competitiva sostenible".
- PRIETO, C. (1996): "Karl Polanyi: crítica del mercado, crítica de la economía" en Política y Sociedad, núm. 21, pág. 23-34.
- POWELL W.; DIMAGGIO P. (1999) El nuevo institucionalismo desde el análisis organizacional, FCE, México.
- QUEROL, M.A. & MARTINEZ, B. (1996): La Gestión del Patrimonio Arqueológico en España. Alianza Universidad, Textos.
- RAMA, R. (2006): Industria agroalimentaria: Innovación y Globalización.
- Real Decreto 1131/1988, de 30 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución del Real Decreto Legislativo 1302/1986, de 28 de junio, Evaluación del Impacto Ambiental (BOE, nº 239, de 5 de octubre de 1988).

Real Decreto Legislativo 1302/1986, de 28 de junio, de evaluación de impacto ambiental (BOE, nº 155, de 30 de junio de 1986).

REVISTA ELECTRÓNICA DEL DEPARTAMENTO DE URBANISMO. FACULTAD DE ARQUITECTURA. UNIVERSIDAD DE CHILE (2002): "La protección del Patrimonio Arqueológico. Arqueología y patrimonio arquitectónico: investigación e intervención". Revista de Urbanismo Nº 5.

ROBERT BOYER. "Um novo envolvimento no século XXI?" Estado e Mercado.

ROBERTS, AHLSTROM, ROTH, B. (2004); From Campus to Corporation: The emergence of Contract Archaeology in the Southwestern United States.

SAMANIEGO, F. "La Cultura deja de ser florero". El País, 13 de noviembre de 2006.

SÁNCHEZ, M.; CHAMINADE, C.; Universidad Autónoma de Madrid. "El proceso de innovación de las empresas españolas. Análisis de las encuestas de innovación".

SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R.: (2005): The Handbook of Economic Sociology.

STEHR, N. (1996) Knowledge as a capacity for action. Sciences & Technologies.

SEWELL, W. H.; (2006): "Una teoría de estructura: dualidad, agencia y transformación". Arxius de Ciències Socials, nº 14.

SWEDBERG, R. (1996): Economic Sociology. The Internacional Library of Critical Writings in Sociology, 5.

THOMAS F. KING (2005); Doing Archaeology. A Cultural Resource Management.

THORNTON, P. (1999): "The sociology of entrepreneurship". Annual Review of Sociology, Vol. 25.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1995): "Desarrollo Territorial, Milieu y Política Regional". Desarrollo Económico Local en Europa.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1996): "La política de desarrollo económico local en Europa". Revista Asturiana de Economía Nº 5.

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1998): "Desarrollo Local, Estrategias y Procesos". I Máster de Desenvolvemento Local.

VEBLEN, T. (1899): Teoría de la clase ociosa, Ed. Alianza.

VENCE DEZA, X. (1995); Economía de la Innovación y del Cambio Tecnológico, Madrid.

VENCE DEZA, X. (2001): "El sistema de innovación de Galicia: debilidades y especificidades de un sistema periférico" en Sistemas Regionales de Innovación. Universidad del País Vasco.

VENCE DEZA, X. (2005); O Fracaso do Neoliberal na Galiza: reconstruír a sociedade e o país, Vigo.

VILLAVICENCIO, D.; Biblioteca Virtual, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), "Sociología del trabajo y sociología económica".

## AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se realiza a través de una concesión de una beca predoctoral del Consejo Superior de Investigaciones Científicas que tiene como finalidad la realización de una Tesis Doctoral. El desarrollo de esta investigación se adscribe al Proyecto Arqueología y Sociedad: Bases para una Arqueología Aplicada, financiado por el Plan Galego de I+D+I (2002-2005) y, cuyo investigador principal es el Prof. Felipe Criado Boado que cuenta en su Equipo con expertos asesores y especialistas acreditados en cada una de las dimensiones que el proyecto pretende cubrir. Este Equipo procede de diferentes institutos del CISC: Javier Echeverría (del Inst de Filosofía), Luis Sanz (de la UPC), Ignacio Fernández de Lucio (del INGENIO) y Manuel Pérez Yruela (del IESA).

En primer lugar, quisiera destacar la labor del Prof. Felipe Criado Boado que ha dirigido y supervisado el presente trabajo y me ha introducido en el mundo de la investigación con entusiasmo y confianza en mí; por esta razón, mi más sincero agradecimiento.

No menos importante ha sido la labor de tutoría de estas páginas realizada por Xavier Vence Deza, Catedrático de la Universidad de Santiago de Compostela en el Departamento de Economía Aplicada, a quien quiero agradecer su creativa y experta aportación en un campo en el que no poseo demasiada formación debido a mi condición de socióloga.

Para el desarrollo de este trabajo he realizado tres estancias de investigación, dos de ellas en el Instituto de la Gestión de la Innovación y del Conocimiento, dirigido por Ignacio Fernández de Lucio, con una duración de tres meses. En esta fase, mi trabajo ha estado supervisado por Elena Castro Martínez en quien he encontrado un gran apoyo y colaboración que se ha extendido a través del tiempo y, del que estoy segura, perdurará. La tercera estancia ha tenido lugar en el Instituto de Estudios Sociales Avanzados, a cargo de Manuel Pérez Yruela durante un mes y medio; período en el que he estado tutorizada por Manuel Fernández Esquinas, a quien deseo agradecer su interés y dedicación.

También quisiera dedicar unas frases de agradecimiento a las empresas gallegas de arqueología por su colaboración en la recopilación de datos socioeconómicos y por el tiempo que me han dedicado para la realización de las entrevistas, al Profesor Joan Bernabeu de la Universidad de Valencia, a Enriqueta Vento Mir y Montserrat López Piñol, técnicas de la Unidad de Patrimonio Arqueológico de la Generalitat Valenciana.

Por último no podría excluir de esta lista a la gente que más cerca he tenido durante esta etapa y sin la cual esto no habría sido posible: mi familia, mis compañeros y amigos de trabajo que tanto apoyo me han dado. Mi reconocimiento se hace también extensivo a todos los miembros de la USAR (Laboratorio de Patrimonio, Paleoambiente e Paisaxe, USC. Unidad Asociada al CSIC), del INGENIO y del IESA por todos los momentos compartidos.

Finalmente y cerrando este apartado, me gustaría señalar que el proceso de investigación tiene una gran parte de generación de ideas propias, pero también consta de una parte no menos importante de integración de conocimientos colectivos. De hecho, he de agradecer a María Cacheda la cesión de los datos que ella había recopilado cuando comencé a trabajar en la creación del observatorio de empresas de arqueología españolas.

Es por ello que me siento en deuda con todas las personas a las que he nombrado y me llena de satisfacción el haber contado con su apoyo. El haber llegado hasta aquí es un mérito que he de compartir y por esta razón este trabajo está dedicado a todas ellas, a las que tanto tengo que agradecer.



## ANEXOS

### Guión entrevista Universidad (Comunidad Valenciana)

---

Institución \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

Nombre y cargo del entrevistado \_\_\_\_\_

Lugar de realización \_\_\_\_\_

Duración de la entrevista \_\_\_\_\_

#### TEMAS A TRATAR:

- Descripción del sector arqueológico valenciano: estructuración, tamaño de las empresas, agentes implicados, surgimiento, mercado de trabajo que representa,...
- Relaciones entre los diferentes agentes: administración/ gobiernos (AGE, CCAA y local, como creadores de norma y gestores de la misma), academia (museos, universidades, OPIs), sector privado (empresas, autónomos, profesionales liberales...) y clientes del sector privado (administración, promotoras y particulares). Explicar cómo se estructuran estas relaciones, quiénes son los implicados y qué tipo de relaciones mantienen, de tipo formal, informal, cómo surgen...
- Profundizar en el papel de las Universidades en torno a este sector
  - ¿Cuál es el papel de la Universidad en este campo?
  - ¿Hasta qué punto cree que las Universidades han participado en la realización de la normativa que regula el Patrimonio Arqueológico?
  - ¿Cómo es la relación de las Universidades con los demás agentes implicados en el sector arqueológico?
  - Puntos de controversia: dificultades a la hora de llevar a cabo colaboraciones; similitudes o discrepancias de objetivos e intereses entre los distintos agentes participantes.
  - ¿En qué medida la Universidad proporciona metodología a las empresas de Arqueología?
  - ¿Hasta qué punto contribuyen las Universidades en la formación de futuros arqueólogos profesionales (en materia y actividades ya que no hay una carrera de arqueología)?
- Opinión, actitud y comportamiento percibido ante la demanda-oferta existente en el campo de la Arqueología.
  - Demanda:
    - Análisis del mercado, si está en expansión, si existe una demanda formada para el sector empresarial arqueológico.
  - Oferta: cómo se estructuran estas empresas, si se diferencian en ámbitos, tipo de tecnología y metodología que utilizan....

## Guión entrevista administración (Comunidad Valenciana)

---

Institución \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

Nombre y cargo del entrevistado \_\_\_\_\_

Lugar de realización \_\_\_\_\_

Duración de la entrevista \_\_\_\_\_

### TEMAS A TRATAR:

- Descripción del sector arqueológico valenciano: estructuración, tamaño de las empresas, agentes implicados, surgimiento, mercado de trabajo que representa,...
- Relaciones entre los diferentes agentes: administración/ gobiernos (AGE, CCAA y local, como creadores de norma y gestores de la misma), academia (museos, universidades, OPIs), sector privado (empresas, autónomos, profesionales liberales...) y clientes del sector privado (administración, promotoras y particulares). Explicar cómo se estructuran estas relaciones, quiénes son los implicados y qué tipo de relaciones mantienen, de tipo formal, informal, cómo surgen...
- Profundizar en el papel de la Administración en torno a este sector
  - ¿Cuál es el papel de la Administración en este campo? Funciones: Administración como creador de norma, gestión de norma y cliente.
  - ¿Cómo es la relación de la Administración con los demás agentes implicados en el sector arqueológico?
  - Puntos de controversia: dificultades a la hora de llevar a cabo colaboraciones; similitudes o discrepancias de objetivos e intereses entre los distintos agentes participantes.
- Opinión, actitud y comportamiento percibido ante la demanda-oferta existente en el campo de la Arqueología.
  - Demanda:
    - Análisis del mercado, si está en expansión, si existe una demanda formada para el sector empresarial arqueológico.
    - Oferta: cómo se estructuran estas empresas, si se diferencian en ámbitos, tipo de tecnología y metodología que utilizan...

## Guión entrevistas empresarios de arqueología de Galicia

---

Empresa \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

Nombre y cargo del entrevistado \_\_\_\_\_

Lugar de realización \_\_\_\_\_

Duración \_\_\_\_\_

### ENTREVISTA:

#### 1. INFORMACIÓN BÁSICA

1.1. Año de fundación.

1.2. Sector de actividad.

1.3. Facturación media anual de la empresa.

1.4. ¿Cuántas personas forman parte de su empresa?

1.4.1. Nº socios (total/mujeres) \_\_\_\_\_

1.4.2. Personal total (total/mujeres) \_\_\_\_\_

1.4.3. Personal técnico (total/mujeres) \_\_\_\_\_

1.4.4. Titulación del personal técnico

1.4.5. Directivos (total/mujeres)

1.4.6. Edad media empleados

1.5. Ámbito geográfico que abarca la empresa y establecer límites para el desplazamiento. Señalar quiénes se desplazan.

#### 2. INFORMACIÓN TÉCNICA

2.1. Productos o servicios principales de la empresa.

2.2. Breve descripción de los procesos principales (identificar cadena de valor). Qué tipo de actuaciones realizan y cuál es el proceso a seguir. Explicar técnicas, metodologías, procedimientos, herramientas...

- 2.3. ¿Cuántas actuaciones realizan al año? Número de memorias entregadas en plazo, ¿estos se cumplen?
- 2.4. ¿Qué conocimientos, formación, capacidades/competencias se requieren para llevar a cabo las actuaciones que realizan en su empresa?
- 2.5. ¿En qué medida los conocimientos/productos de su empresa se diferencian de los de otras de su área? Valor añadido que aporta su empresa y sus integrantes.
- 2.6. ¿Qué estrategias adoptan en su empresa para seguir siendo competitivos en su nicho de mercado?
- 2.7. ¿Cuáles son los principales clientes de la empresa? (públicos/privados)
- 2.8. ¿Con qué tipo de dificultades suelen encontrarse a la hora de desempeñar su trabajo para estos clientes?
- Dotación de personal
  - Equipamiento
  - Financiación (pagos)
  - Plazos
  - Escasez de ayudas públicas
  - Control de Patrimonio
  - Otras (especificar)
- 2.9. ¿Existen diferencias dependiendo de qué tipo de cliente? ¿En qué sentido?
- 2.10. Para realizar sus actividades o para mejorar sus servicios ¿su empresa colabora o ha colaborado con otras entidades?
- Empresas del mismo grupo
  - Empresas de la competencia
  - Empresas suministradoras de bienes de equipo
  - Empresas suministradoras de materiales
  - Consultores
  - Laboratorios de I+D
  - Universidades
  - Organismos públicos de investigación
  - Centros tecnológicos
- 2.11. Si ha contestado afirmativamente a la pregunta anterior, de dónde son las entidades con las que ha colaborado:
- De la Comunidad de Galicia
  - De otra comunidad

- De otro país europeo
- De otro país no europeo

2.12. Si ha colaborado con investigadores de la universidad u otro organismo de investigación ...

2.12.1. Especifique la finalidad y el marco de la colaboración (formal, informal...).

2.12.2. ¿En que fase o momento del desarrollo o producción ha participado y que tipo de aportación han realizado?

2.13. Si no ha colaborado nunca con universidades u organismos públicos de investigación, indique las razones:

- Desconozco sus conocimientos o capacidades
- No sé como materializar la colaboración ni a quién dirigirme para ello
- Desconfío de su dedicación a mis propuestas
  - Porque tienen otros intereses
  - Porque su sentido del tiempo es distinto al mío
  - Porque sus conocimientos están muy alejados de mis necesidades
- Otros (describir)

2.14. ¿Ha realizado o realiza algún tipo de actividad de divulgación de sus actividades con fines culturales? ¿de qué tipo y cuáles?

*(Web, anuncios, contactos con los medios de comunicación –periódicos, revistas...)*



## TABLAS

| CNAE | DESCRIPCIÓN                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2225 | Otras actividades gráficas                                                                                    |
| 4512 | Perforaciones y sondeos                                                                                       |
| 4521 | Construcción general de edificios y obras singulares de ingeniería civil (puentes, túneles, ...)              |
| 4522 | Construcción de cubiertas y estructuras de cerramiento                                                        |
| 4545 | Otros trabajos de acabado de edificios y obras                                                                |
| 5248 | Otro comercio al por menor en establecimientos especializados                                                 |
| 7260 | Otras actividades relacionadas con la informática                                                             |
| 7310 | Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas                                                |
| 7320 | Investigación y desarrollo sobre ciencias sociales y humanidades                                              |
| 7420 | Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico |
| 7430 | Ensayos y análisis técnicos                                                                                   |
| 7484 | Otras actividades empresariales                                                                               |
| 9220 | Actividades de radio y televisión                                                                             |
| 9250 | Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales                                 |
| 9251 | Actividades de bibliotecas y archivos                                                                         |
| 9252 | Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos                                        |
| 9305 | Otras actividades de servicios personales                                                                     |

Tabla 1: Diferentes tipos de actividad económica a los que se adscriben las empresas de arqueología. *Fuente: Elaboración propia.*

| NÚMERO DE EMPRESAS PARA LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| A CORUÑA                                                 | 11        |
| PONTEVEDRA                                               | 5         |
| OURENSE                                                  | 3         |
| LUGO                                                     | 3         |
| <b>TOTAL</b>                                             | <b>22</b> |

Tabla 2: Número de empresas de arqueología en Galicia (junio de 2004). *Fuente: Elaboración propia*



## FIGURAS

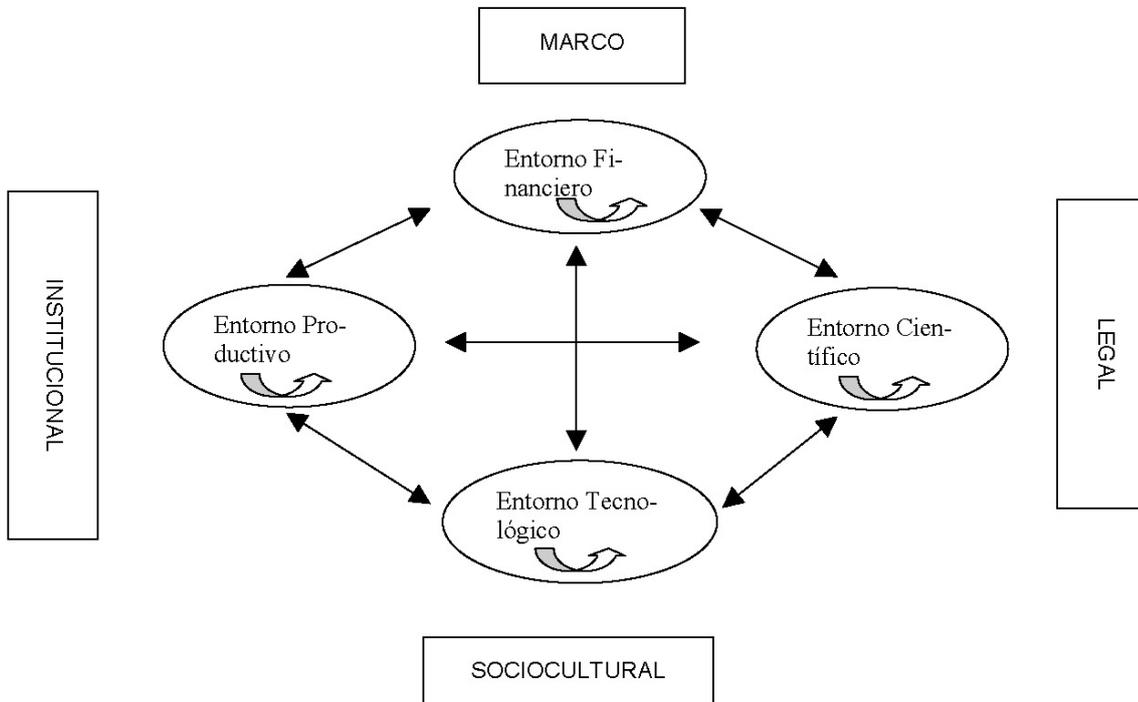


Figura 0. Modelo de Sistema de Innovación. Fuente: Castro y Fernández de Lucio (2001)

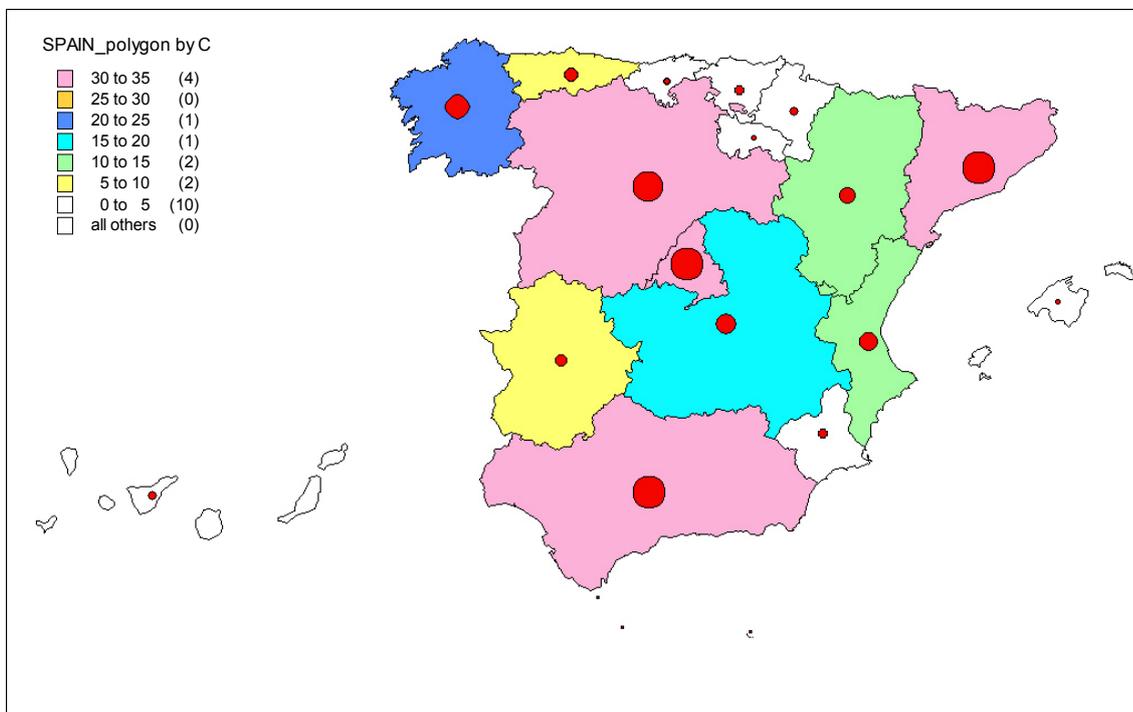


Figura 1: Distribución de las empresas de arqueología en territorio español. Fuente: Elaboración propia

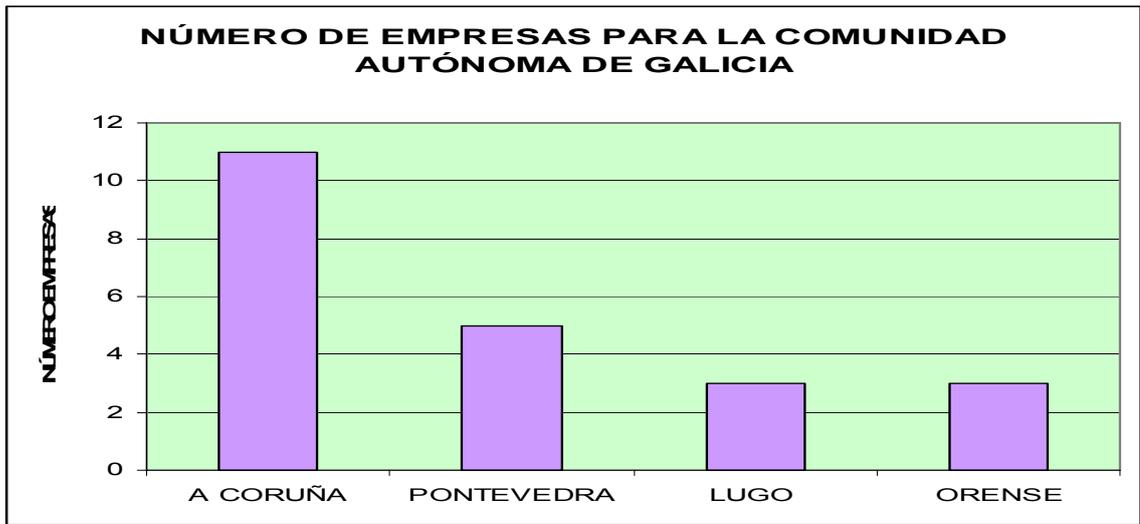


Figura 2: Número de empresas de arqueología en Galicia (junio de 2004). Fuente: *Elaboración propia*

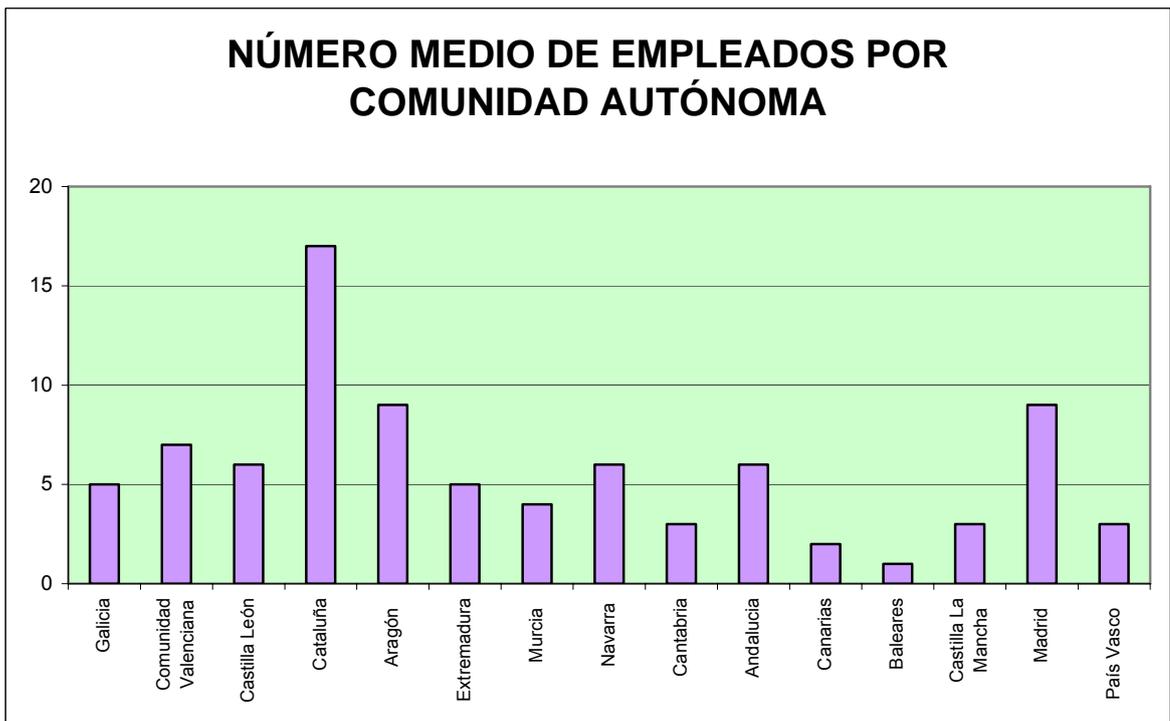


Figura 3: Número medio de empleados en las empresas de arqueología (por autonomías). Fuente: *Elaboración propia*

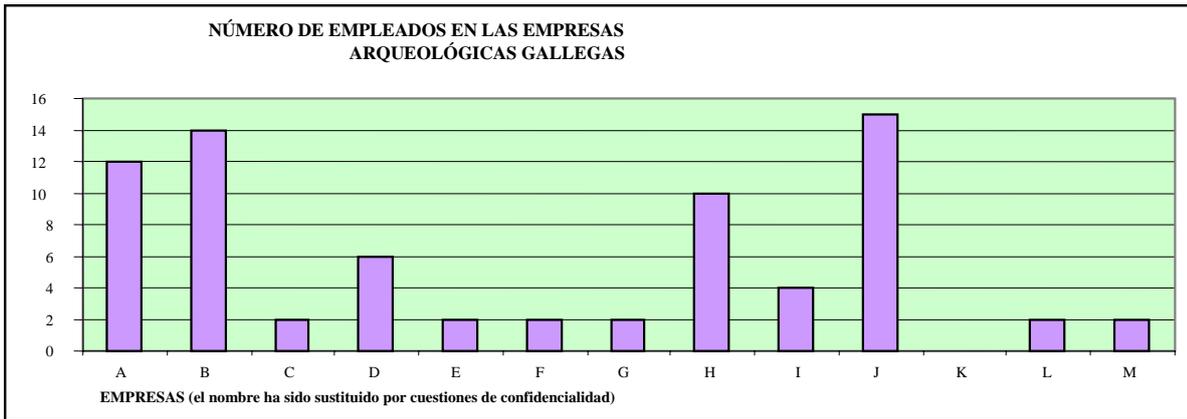


Figura 4: Número de empleados en las empresas de arqueología de Galicia. Fuente: *Elaboración propia*

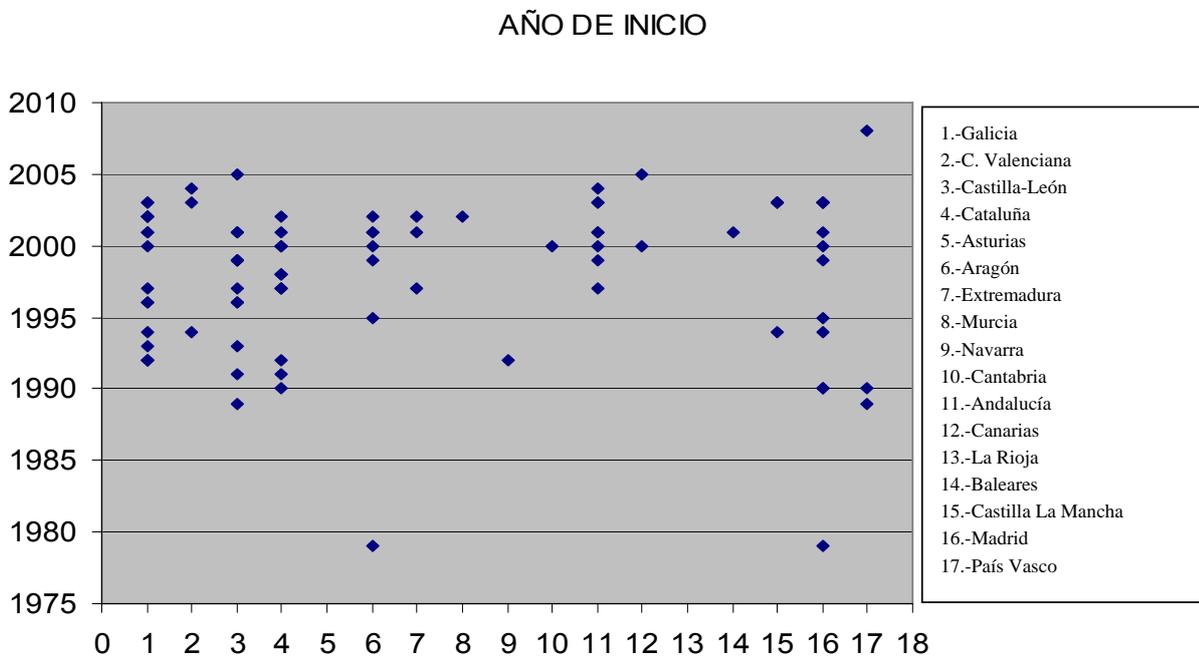


Figura 5: Fecha de constitución de las empresas de arqueología (por autonomías). Fuente: *Elaboración propia*.

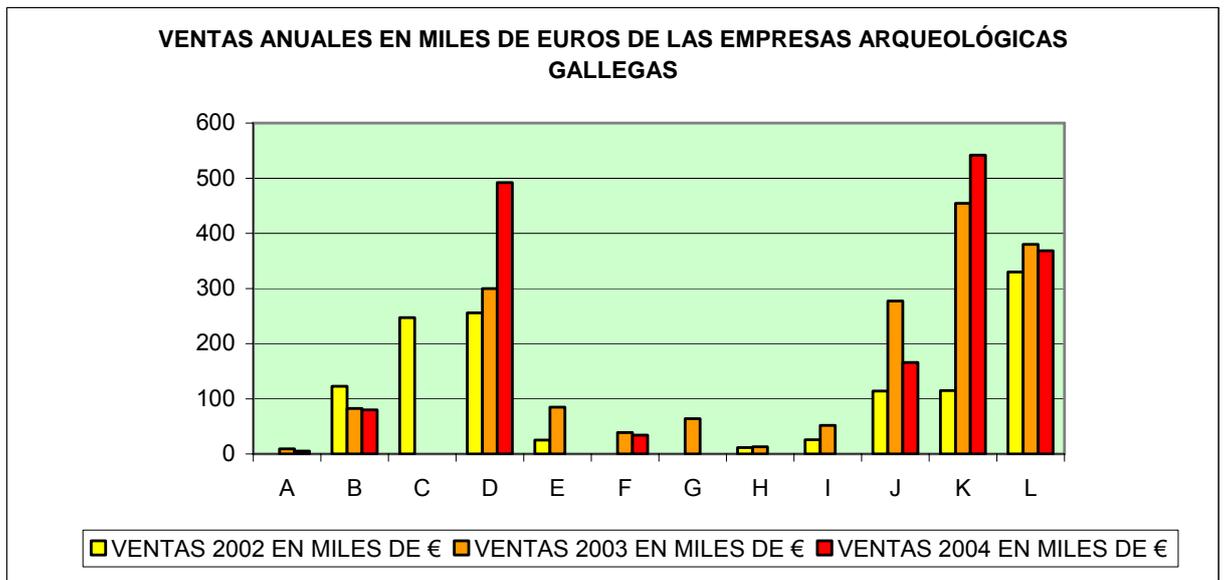


Figura 6: Datos de ventas de las empresas de arqueología en Galicia. El nombre de cada empresa ha sido sustituido por razones de confidencialidad. Fuente: *Elaboración propia*.

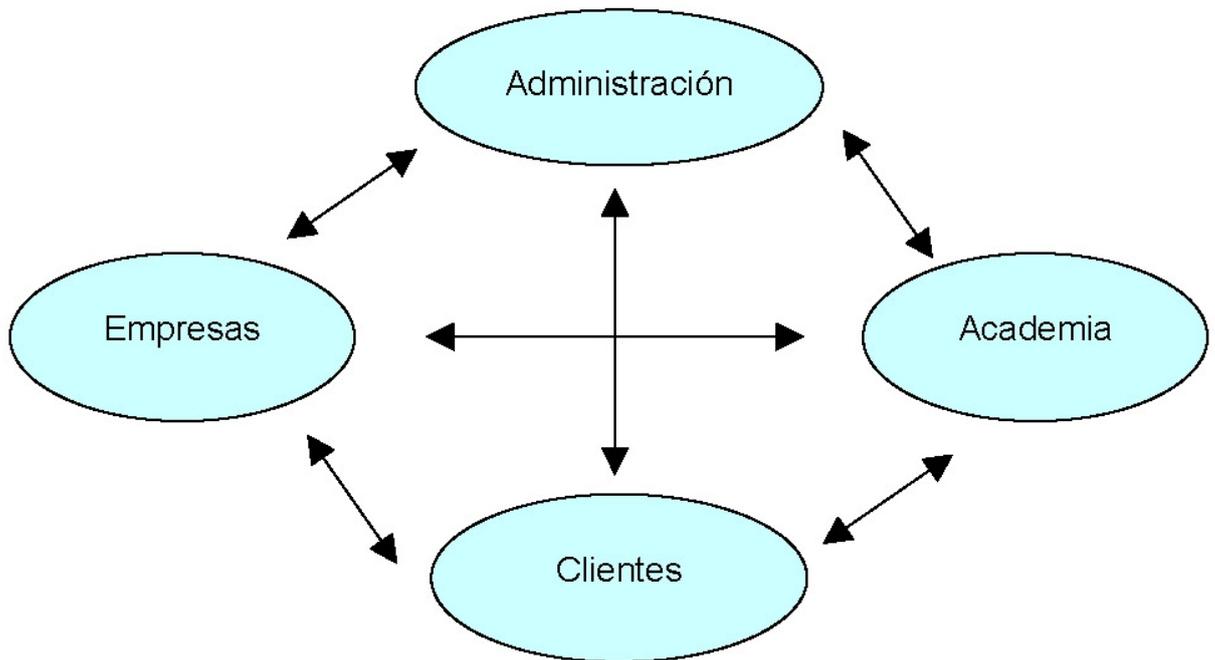


Figura 7. Interacciones entre agentes



# Normas de Publicación

## Temática Capa

Esta serie publica documentos de traballo e avances de resultados sobre calquera tipo de proxecto ou actuación arredor do Patrimonio Cultural e Arqueoloxía. O seu carácter de publicación electrónica faina especialmente apta para una publicación rápida e coa boas condicións de reprodución de todo tipo de material gráfico.

Os números que compoñen a serie CAPA serán almacenados e distribuídos exclusivamente dende o servidor web do Instituto de Estudos Galegos Padre Sarmiento, ou o servidor que o Consello de redacción determine. Por cuestións de control da difusión da serie, os autores serán libres de vencellarse e difundir o vínculo URL dese servidor, pero non de distribuír pola súa conta os documentos dixitais finais.

## Admisión de Orixinais

- Admitiranse para a súa publicación os traballos que sexan presentados e aprobados polo Consello de Redacción, sempre que se axusten á temática anterior e ás normas que aquí se establecen.
- Os orixinais serán revisados por un ou varios dos membros dos Consellos de Redacción ou Asesor e/ou por avaliadores externos para garantir un mínimo de calidade e de encaixe coa liña editorial.
- Os traballos serán remitidos á secretaría de Capa en calquera momento do ano, non existindo datas límite para a recepción.
- Os prazos de publicación efectiva dependerán das condicións de cada momento, pero procuraráse garantir unha cadencia curta (arredor dun mes) dende o momento da recepción e o da publicación efectiva.
- Os autores suministrarán o texto en formato dixital para a súa composición no formato da serie. Os textos estarán compostos nalgunha versión de Microsoft Word e empregarán unicamente os seguintes estilos: ata un máximo de cinco niveis de título (denominados Título 1, Título 2, etc), Normal (para o corpo do texto), Epígrafe (para os pes de figuras) e Bibliografía (para o listado de referencias). Poderán empregarse discrecionalmente formatos de texto en negrita ou cursiva.
- As figuras, que poderán ser en cor ou B/N a vontade, adxuntaranse aparte, en formatos de imaxe estándar (jpg, tif ou similares), e tendo cada arquivo como nome o número correspondente de figura (p.e. Figura 01.jpg, Figura 02.tif, etc).
- De non axustarse ao formato anterior, os traballos serán devoltos aos autores/as para a súa adaptación.
- As notas deberán restrinxirse ao máximo. No caso de empregarse, deberán ir ao final do texto, e a súa numeración debe de ser continua.
- A bibliografía será colocada ao final do documento, ordenada alfabeticamente, nun estilo chamado Bibliografía e adaptándose aos seguintes exemplos:

Arias Vilas, F.; Cavada Nieto, M. 1979. Galicia bajorromana. *Gallaecia*, 3-4: 91-108. Santiago de Compostela.

Harris, E. C. 1991. *Principios de estratigrafía Arqueolóxica*. Barcelona: Crítica (Ed. Orixinal inglesa de 1979).

Renfrew, C. 1986. Introduction: peer polity interaction and socio-political change. En Renfrew, C.; Cherry, J. F. (ed.). *Peer polity interaction and sociopolitical change*: 1-18. Cambridge: Cambridge University Press.





**CSIC**  
CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS