

CUADERNO DE APUNTES	Evaluación: segunda
Curso: 2º de Bachillerato.	
Asignatura: Geografía de España.	
Bloque: Territorio y actividad económica en España	
Unidad: 10. El sector Servicios. (la terciarización)	

Las actividades terciarias son los servicios que se prestan en un país. Así pues los servicios son productos de la actividad del hombre destinados a la satisfacción de sus necesidades. Aunque las actividades del sector servicios se caracterizan porque no producen bienes materiales, poseen un indudable valor, ya que cuanto más avanzado y organizado socialmente se encuentra un estado, mayor es la importancia del sector terciario en su economía. Entre los servicios que se prestan a una sociedad moderna distingamos:

- Servicios públicos o actividades de interés general, realizadas por los poderes públicos. Es decir, aquellos que establece el gobierno para atender las demandas de la población.
- Servicios privados. Son aquellos producidos por entidades privadas, y están orientados a la obtención de beneficios; por ejemplo, la banca o la hostelería.

1. El sector servicios en España:

España ha experimentado en los últimos tiempos un importante proceso de terciarización y aproximación a los países de la Unión Europea. Esta reestructuración de la economía española ha supuesto un importante descenso en el número de personas empleadas en los sectores primario y secundario. Este proceso, se conoce con el nombre de terciarización, que se inició en nuestro país en 1959 con la apertura de los mercados internacionales, se aceleró con la llegada de la democracia en 1975, y recibió un impulso definitivo con el ingreso de España en la Comunidad Europea en 1986.

La importancia del sector servicios se refleja en dos variables importantes:

- La participación en el Producto Interior Bruto (PIB) que ha subido del 48% en 1970 hasta cerca del 60% en la década de los 90.
- El porcentaje de población activa dedicada al sector servicios que ha experimentado un crecimiento paralelo.

1.1. Causas de la terciarización:

La sociedad española siempre se ha caracterizado por una polarización social, es decir por la existencia de una minoría de elevado nivel económico frente a una mayoría que vivía a un nivel de mera subsistencia. El desarrollo económico de los años sesenta cambió esta situación, provocando un considerable aumento de la clase media, con un buen nivel adquisitivo y de bienestar. Pero, si bien es cierto que la pobreza ha disminuido, en parte gracias a las medidas de protección social, aun así, de los 40 millones de habitantes de país, hay un porcentaje muy elevado, superando el 20% de la población que tiene ingresos inferiores al salario mínimo (especialmente en este periodo de crisis). A pesar de todo, los españoles tienen una mentalidad consumista típica de las sociedades desarrolladas de nuestro entorno y

tienen a su disposición multitud de bienes de consumo y servicios cada vez más especializados. (Esto es el inicio del Estado del bienestar).

La existencia del Estado de bienestar y su mantenimiento en el seno de una sociedad y de una economía terciarizada es posible gracias a los efectos de las sucesivas revoluciones industriales e informáticas producidas en los siglos XIX y XX, que han supuesto:

- El aumento espectacular de los bienes y beneficios producidos por las empresas, con menor necesidad de mano de obra productiva.
- El aumento del tiempo libre como consecuencia de la reducción de la jornada dedicada al trabajo.
- La mecanización de los procesos productivos rutinarios de los sectores primario, inicialmente, e industrial más tarde.

2. Principales servicios:

2.1. Los transportes:

Es la pieza clave en la economía de cualquier país, pues el funcionamiento del sistema económico requiere del desplazamiento eficiente de personas y mercancías. Todas las demás actividades económicas necesitan del transporte de mercancías (productos manufacturados, materias primas, etc), de viajeros (desplazamientos al trabajo, turistas, etc) y, actualmente, habría que incluir la información como elemento más que se traslada por las llamadas autopistas de la información (internet).

El transporte se ha visto impulsado también por las nuevas formas de producción en la industria. Por un lado, al producirse componentes de un mismo producto en diferentes lugares, desde los que habrá que trasladarlos para su ensamblaje final. Por otro, se constata que las empresas ya no almacenan grandes cantidades de los elementos necesarios para su producción, pues es más barato recibirlos por transporte cuando se necesitan (*"just in time"*).

Consecuentemente, la producción se hace dependiente del transporte: una ruptura en la cadena de suministro (por una huelga de transportistas, por ejemplo) puede paralizar la producción industrial, el comercio y, finalmente, la economía de un territorio.

2.1.1. Estructura del transporte en España

El diseño actual de la red de transportes obedece a factores históricos y físicos. Entre los primeros cabe destacar la concepción centralista del Estado tras la instauración de los Borbones, lo que se detecta en la red principal de carreteras y de ferrocarril, que presentan un trazado radial con centro en Madrid; no obstante en la última década a esta red se están incorporando vías rápidas que recorren la península sin pasar por Madrid, como la autovía "Vía de la Plata", de norte a sur por el oeste peninsular.

A estos factores hay que unir los físicos: el relieve abrupto que rodea a la Meseta central ha dificultado tradicionalmente la comunicación entre el interior y la costa. A esto hay que unir el clima, que en invierno puede llegar a aislar a algunas zonas de montaña.

En cuanto a las carreteras, hay que distinguir tres tipos: nacionales y autovías (que dependen del Gobierno de España), las regionales (dependen de las CCAA) y las locales (subordinadas a las diputaciones provinciales).

Los indicadores que nos permiten valorar la importancia del transporte en España son:

- PIB y empleo: las actividades del transporte generan el 4% del PIB español y emplean al 3'5% del total de empleo en España, la mayor parte conductores de camiones.
- Inversión: las infraestructuras para el transporte son una condición principal para el desarrollo económico del país, por eso el Estado destina enormes cantidades de dinero a inversiones en ferrocarriles, puertos, aeropuertos y carreteras. Gran parte de estas inversiones se han hecho con dinero procedente de la Unión Europea.
- Consumo de las familias: un porcentaje elevado del consumo familiar se dedica al transporte (aprox. El 14%): adquisición de vehículo, combustible y mantenimiento.
- Consumo de energía: consume casi el 50% de la energía total consumida en España, por delante de la industria y los hogares. En el caso del petróleo el porcentaje es mayor.

El transporte es, en consecuencia, una actividad altamente contaminante, por lo que se están impulsando campañas que animen a utilizar más el ferrocarril, menos contaminante que el transporte por carretera.

2.1.2.La demanda del transporte actualmente en España

Desde la década de los 50 el tráfico de viajeros se ha multiplicado por 32 y las mercancías por 181, pero no todos los modos de transporte han seguido una misma evolución:

- Transporte por carretera y, en menor medida el aéreo, han crecido más que el ferrocarril y el marítimo.
- El ferrocarril: ha reducido su participación en el transporte de mercancías a un porcentaje muy bajo, aunque el de viajeros aún es elevado, sobre todo por los trenes de alta velocidad (AVE)
- El transporte aéreo aumenta cada vez más, aunque es muy poco utilizado para mercancías, que prefieren el marítimo, de mayor capacidad de carga.
- Marítimo: mueve el 50% de las exportaciones, el 85% de las importaciones y el 15% del comercio interno.
- Cabe destacar el transporte por tuberías de productos como el petróleo (oleoductos) o el gas natural (gasoductos)

2.2.El turismo

2.2.1.La evolución del turismo en España

El turismo es una actividad que supone el desplazamiento temporal de personas, principalmente por motivos de ocio. Según los criterios estadísticos oficiales, se consideran turistas a aquellas personas que pernoctan al menos una noche, mientras se denominan transeúntes o excursionistas a quienes, habiéndose desplazado, no lo hacen.

El turismo como fenómeno de masas surge en los años cincuenta ← crecimiento económico de Europa occidental, cambio de valores sociales y culturales (nuevas necesidades de ocio) y mejora medios e infraestructuras de transporte –coches y autopistas–.

En 1950 España era la 8ª potencia mundial en turismo, recibiendo 800.000 turistas. Su oferta turística, de sol y playa, a precios baratos, iba destinada a una clientela europea de poder adquisitivo medio y medio-bajo.

Este modelo comienza a agotarse en los ochenta; España dejó de ser barata y exótica (toros, botijos, flamenco, burros, boinas....), y llegó a saturarse por:

- Insuficiencias de infraestructuras.
- Baja calidad de los servicios, camareros aficionados, malos productos...
- Impactos negativos en el medio ambiente.
- Deficiencias en la gestión →dependencia operadores de turismo y transportes extranjeros.

2.2.2.Soluciones al agotamiento del modelo:

Política de control y reestructuración de los alojamientos.

Ampliación de la oferta a actividades de ocio y cultura que implica una diversificación territorial hacia las zonas de interior.

El resultado: en 2008 se superaron los 59 millones, siendo la 2ª potencia, muy cerca de Francia. Pero no hay que despreciar el auge que en las últimas tres décadas ha tenido el turismo nacional, que también en 2008 superaron los 150 millones de viajes por este motivo.

2.2.3.Efectos del turismo

- Económicos: genera de modo directo 2,7 millones de empleos. Su aportación al PIB es de un 12% (con los ingresos del turismo se podrían pagar las importaciones de nuestro país).
- Demográficos: las zonas turísticas son centros de atracción para la población, tanto estable como estacional, constituida por los propios turistas que acuden a estos núcleos. Ha supuesto un respiro para

algunas zonas rurales despobladas y, en zonas litorales, la instalación de jubilados extranjeros.

- Socioculturales: los flujos de población propician la difusión de ideas, costumbres y modos de vida variados.
- En la red de ciudades: se ve muy afectada cuando la jerarquía actual puede suponer la ruptura completa de la red existente previamente. Las redes de comunicación se han modernizado y transformado en función de los intereses turísticos, especialmente en las zonas costeras.
- Ambientales: Elementos impactantes en el turismo de playa:
 - Contaminación de las playas con residuos sólidos y líquidos
 - Construcción de diques en puertos deportivos → alteración corrientes marinas y desaparición de playas.
 - Urbanización masiva de la costa (“Marbellización”).
 - Sobreexplotación de las aguas destinadas al consumo humano déficit en el abastecimiento y salinización.

En las áreas de montaña puede afectar por: deforestación, alteraciones de la fauna, contaminación por residuos. Como elemento positivo, cabe afirmar que puede mantener las actividades tradicionales de las zonas de montaña, redundando en un desarrollo sostenible. ocupación intensiva del suelo para urbanizar, la sobreexplotación del agua, vertidos de residuos en las playas, ha supuesto la alteración de paisajes naturales y problemas de contaminación.

2.2.4.Los factores de desarrollo del turismo

El espacio turístico es el resultado de combinar un marco natural de características peculiares con la decisión de los agentes socioeconómicos de facilitar una oferta adecuada.

Factores naturales:

- El relieve. Variado y abrupto: deportes de montaña e invierno, senderismo, espeleología...
- Un clima suave y con generosa insolación.
- Recursos forestales de importancia relativa pero buen complemento para determinados espacios y aprovechamientos (caza).
- El mar, debido a la gran cantidad de kilómetros de costas. Las aguas continentales son utilizadas para el termalismo, deportes fluviales, piragüismo...

Factores humanos:

Los factores económicos. Nuevas necesidades de ocio; España puede satisfacerlas gracias a las economías de escala originadas en las regiones turísticas. Una peseta barata. (un lugar de vacaciones baratas.)

Los factores técnicos:

Mejoras en los medios de transporte; modernización infraestructuras de las comunicaciones terrestres; abundante y variada estructura de alojamientos; estrategias de los tour operadores internacionales que dirigen una oferta de vacaciones baratas.

Los factores culturales:

Complemento del turismo de sol y playa. Ofertas religiosas (Camino de Santiago), patrimonio artístico, fiestas... Creciente importancia del turismo rural (segundas residencias o casas de labranza).

2.3 El comercio:

Es la actividad que actúa como intermediaria entre la producción y el consumo, bien en punto de ventas localizados en el territorio o, ahora también, en forma electrónica, a través de internet. Resulta de gran importancia en la economía de cualquier país por:

- Es necesaria para el desarrollo de una economía de mercado, donde la mayor parte de los productos obtenidos se destinan a la venta.
- Permite poner en contacto las áreas donde se producen los bienes con aquellas donde residen los consumidores, lo que origina densos flujos de mercancía, capital e información entre unos y otros.
- Genera gran cantidad de puestos de trabajo, pues, aunque algunas formas comerciales intentan reducir su número para ahorrar costes (autoservicio y telecompra), aún predomina el contacto personal con el cliente.

En España representa alrededor del 15% del PIB y de la ocupación total del país.

Existen dos tipos de comercio: el mayorista (compran a los productores en grandes cantidades para “revender” a otros comercios sin contactar con el consumidor); y el minorista (compran a mayoristas y venden al detalle, es decir, en pequeñas cantidades directamente a los consumidores). El comercio minorista está sufriendo en la actualidad cambios en su organización: ante la disminución de pequeños comercios familiares, hay una concentración de empresas (firmas o marcas) que permiten ventajas al consumidor, como el pago a plazos; simplifican los canales de distribución, al actuar como mayoristas/minoristas; comercio asociado (tiendas en un mismo local, asociación de tiendas de determinados lugares en las ciudades,... de ese modo pueden competir con las grandes superficies); y, por último, la integración de las nuevas tecnologías de la información, incorporando el comercio electrónico.

2.3.1. Los paisajes comerciales

Comercio interior

Se han diversificado y podemos encontrar algunos de larga tradición, junto a nuevos espacios de consumo. Según la mayor o menor antigüedad de su origen, pueden distinguirse varios tipos:

- **Áreas de comercio minorista tradicional:** locales de pequeño tamaño, de propiedad familiar. Generalmente venden productos de alimentación y bienes de primera necesidad, con un área de mercado reducida. Comercios especializados, con productos caros y minoritarios (música, montañismo,...)
- **Grandes almacenes:** se organizan por departamentos y secciones especializadas. Si sitúan en locales de varios pisos y en los centros urbanos. Ofrecen una gran variedad de productos y servicios, con personal especializado por secciones.
- **Establecimiento de libre servicio:** surgen en la década de los 60 del siglo XX. No suele tener vendedores, los productos están envasados, los eligen los clientes y pagan al finalizar su compra. Dentro de ellos están:
 - **Autoservicios:** extendidos por todas las poblaciones, grandes y pequeñas.
 - **Los supermercados:** más grandes, sólo se dan en las ciudades. Predominan los productos de alimentación y complementarios. Se ubican en las provincias más pobladas y en las de gran turismo.
 - **Hipermercados:** de tamaño mayor que el “súper” y de oferta más variada; además de la alimentación ofrecen calzado, ropa, hogar,... La mitad de ellos se concentran en sólo diez provincias, con Madrid y Barcelona a la cabeza. Se localizan en las periferias urbanas, junto a grandes vías de comunicación y amplias superficies de aparcamiento.
- **Centros comerciales y cadenas de franquicias:** surgen en Estados Unidos. Se caracterizan por:
 - Agrupan en un edificio a muchas pequeñas tiendas y un supermercado o hipermercado, además de locales de ocio (bares, cines,...)
 - Son propiedad de algún grupo inmobiliario, con una gestión unitaria (limpieza, vigilancia,...)

En España se ha pasado de 19 centros comerciales en 1980 a 487 en 2008.

La mayoría de negocios de estos espacios pertenecen a cadenas de franquicias, un tipo de comercio donde la empresa franquiciadora cede a otras el derecho de explotar una marca registrada y de cierto prestigio, a cambio del pago de una cantidad anual y de imponer determinadas condiciones (características del local, de los productos vendidos, precios, estrategias, imagen corporativa,...). Su localización se limita en gran medida

a los centros comerciales y calles principales, tipificando nuevos paisajes de un consumo muy estandarizado.

Comercio exterior

Es una exigencia debido a que España no es autosuficiente -ningún país lo es-, formando parte de las actividades de un mundo globalizado. La entrada de España en la UE aumentó el peso de nuestras importaciones y exportaciones.

Nuestra balanza comercial es negativa, perteneciendo nuestras exportaciones a sectores como la alimentación, bienes de equipo, productos químicos y el automóvil.

Las exportaciones van dirigidas principalmente a la UE (50% del total), sobre todo Francia, Alemania, Italia y Portugal.