

CUADERNO DE RECURSOS	Evaluación: tercera
Curso: 2º de Bachillerato.	
Asignatura: Geografía de España.	
Bloque: Territorio y actividad económica en España	
Unidad: 9. Los Espacios Industriales.	

Evolución del empleo industrial (2002-2006)



El inicio de la tercera revolución industrial, en los años ochenta del pasado siglo, trajo consigo cambios en la localización de numerosas empresas industriales, para buscar lugares que les permitiesen competir en mejores condiciones. Al mismo tiempo, algunas actividades tradicionales (siderurgia, naval, textil...) entraron en crisis, al no poder competir muchas de las empresas españolas con productos del exterior, más baratos o de mayor calidad, por lo que los territorios en que éstas se localizaban se convirtieron en áreas en declive. En cambio, otros territorios son hoy áreas emergentes, porque atraen la instalación de empresas procedentes de otros lugares, o la creación de nuevas empresas de origen local.

El mapa permite comprobar que la evolución reciente del empleo industrial ha sido negativa en las principales provincias metropolitanas (Barcelona, Madrid, Valencia, Vizcaya), donde las fábricas tienden a ser sustituidas por actividades de servicios. Esto también sucede en algunas provincias que han padecido el declive de sus actividades tradicionales (la siderurgia en Asturias, el calzado o el textil en Alicante, el automóvil en Valladolid...).

En cambio, buena parte de las provincias del interior y del sur peninsular, con escasa tradición industrial, registran un crecimiento del empleo desde el año 2000. Así sucede, por ejemplo, en las

zonas cercanas a las mayores áreas urbanas debido al traslado de empresas, procedentes de ellas, en busca de suelo y mano de obra más baratos. En otros casos, se debe al nacimiento de pequeñas empresas en sectores con cierta tradición en la zona (productos agroalimentarios, calzado, mueble, etc.), que han hecho innovaciones para poder competir en los mercados (denominaciones de origen, aumento de la calidad y mejora del diseño, búsqueda de nuevos mercados de exportación, etc.).