

TEMA 11: LOS ESPACIOS DEL SECTOR SERVICIOS

Guión:

1.- La terciarización de la economía española.

- 1.1.- Conceptos: sector terciario y terciarización económica.
- 1.2.- Causas del crecimiento del sector terciario.

2.- El sector servicios: diversidad de los servicios y desigualdades territoriales.

- 2.1.- Diversidad de los servicios.
- 2.2.- Desequilibrios territoriales en la distribución de los servicios.

3.- El sistema de transporte y las comunicaciones.

- 3.1.- La relación transporte y territorio.
- 3.2.- Características del sistema de transporte.
- 3.3.- Transporte por carretera.
- 3.4.- Transporte ferroviario.
- 3.5.- Transporte marítimo y fluvial.
- 3.6.- Transporte aéreo.
- 3.7.- Las comunicaciones.

4.- Los espacios turísticos.

- 4.1.- Factores del desarrollo turístico español.
- 4.2.- El modelo turístico tradicional.
- 4.3.- La crisis del modelo tradicional y el turismo alternativo.
- 4.4.- Las áreas turísticas y su tipología.
- 4.5.- El impacto espacial del turismo.

5.- El comercio interior y exterior.

- 5.1.- Comercio interior.
- 5.2.- Comercio exterior.

PRÁCTICOS:

- Interpretación de fotografías.
- Comentario de gráficos y mapas temáticos.
- Definición de términos y conceptos: *Sector terciario, terciarización, sistema de transporte, RENFE, FEVE, AVE, turismo, turismo de masas, turismo de sol y playa, touroperadores, estacionalidad turística, turismo rural, turismo cultural, ecoturismo, comercio interior, comercio al por mayor, comercio al por menor, comercio exterior, balanza comercial, exportaciones, importaciones, balanza de pagos, OMC.*

1.- La terciarización de la economía española.

1.1.- Conceptos: sector terciario y terciarización económica.

- El **sector terciario** es el sector de la producción integrado por el conjunto de actividades que prestan un servicio a la población. En él se incluyen todas las actividades económicas que no son primarias o secundarias.
- Por **terciarización económica** entendemos el proceso por el cual las actividades del sector terciario ganan peso con respecto a los otros dos sectores productivos. Este peso se refleja en dos indicadores: población activa ocupada en el sector y la aportación de éste al PIB.
- Desde los años 60 las actividades de este sector han ido ganando terreno en España, de tal forma que hoy es el sector que ocupa a más población activa (66.2%) y aporta mayor porcentaje al PIB (66.8%). En conclusión, podemos afirmar que la economía española se ha terciarizado.

1.2.- Causas del crecimiento del sector terciario.

- Aumento del nivel de vida, de las rentas familiares y del poder adquisitivo.
- La evolución de la industria permitió el crecimiento de actividades del sector terciario (transporte, finanzas, comercio); desde la crisis de 1975, el sector acogió a los desempleados de la industria y se produjo la “terciarización de la industria”.
- El auge del turismo.
- El incremento de los servicios públicos como consecuencia de la implantación del llamado “estado del bienestar”.
- La incorporación de la mujer al mundo laboral.

2.- El sector servicios: diversidad de los servicios y desigualdades territoriales.

2.1.- Diversidad de los servicios.

- Las actividades del sector servicios son muy heterogéneas y pueden clasificarse de las siguientes formas:
 - Servicios públicos y privados.
 - Servicios destinados a la venta (comercio, transportes...) y servicios no destinados a la venta (administración pública, enseñanza y sanidad pública...)
 - Servicios intermedios (transporte, comercio mayorista) y servicios de consumo final (comercio minorista, hostelería).
- En España las actividades del sector servicios más destacadas son:
 - Los servicios prestados por las administraciones públicas tienen un predominio absoluto, seguidos de los servicios comerciales, la hostelería y la restauración.
 - Son importantes pero han perdido peso en el empleo los transportes y las comunicaciones; los servicios inmobiliarios, de crédito y seguros y los servicios de reparación y recuperación.
 - Han experimentado un relativo crecimiento los servicios a las empresas (jurídicos, contables, seguridad, limpieza...), pero aún tienen un escaso peso en el conjunto del sector.

2.2.- Desequilibrios territoriales en la distribución de los servicios.

- Si bien el sector terciario es hegemónico en todas las comunidades autónomas, existen importantes desequilibrios territoriales en el grado de terciarización.
- Grado alto de terciarización:
 - Canarias, Baleares, Andalucía, por su especialización en el turismo.

- Madrid, por ser el centro rector nacional.
 - En las grandes ciudades, por abastecer de este tipo de servicios a sus entornos menos desarrollados.
 - Ceuta y Melilla, por ser prácticamente la única actividad productiva.
- Grado menor de terciarización:
- La Rioja, Navarra, Castilla-La Mancha, por ser comunidades básicamente agrarias o agroindustriales.
- En cuanto a la aportación del sector al PIB existen también desigualdades: la aportación es **alta** en zonas como Madrid, Barcelona, Vizcaya, Zaragoza (predominio de servicios avanzados); en las regiones especializadas en turismo (Andalucía, Baleares, Canarias...). El resto del territorio tiene **valores inferiores** predominando servicios menos cualificados.

3.- El sistema de transporte y las comunicaciones.

3.1.- La relación transporte y territorio.

- Los transportes se adaptan a la localización de la población y las zonas de desarrollo económico; por lo tanto reflejan los desequilibrios territoriales.
- Los transportes pueden hacer accesibles las distintas regiones contribuyendo de esta forma a su desarrollo económico.
- Los transportes vertebran el territorio en cuanto acercan personas y mercancías a los distintos lugares, en movimientos cada vez más rápidos y a distancias más grandes.

3.2.- Características del sistema de transporte.

- a) Medio físico desfavorable: lo accidentado del relieve y algunos elementos del clima encarece los costes y disminuye la rentabilidad.
- b) Las redes terrestre y aérea son radiales, teniendo como centro Madrid.
- c) Predominio del transporte por carretera en el traslado de personas y mercancías.
- d) Importantes desequilibrios territoriales, con áreas muy bien comunicadas y accesibles frente a otras que presentan una clara desigualdad.
- e) Reparto de competencias entre el Estado (transporte internacional, terrestre intercomunitario, aeropuertos, puertos, correos y telecomunicaciones) y las Comunidades Autónomas (terrestre intracomunitario).

3.3.- Transporte por carretera.

- a) La red presenta un diseño radial, con centro e Madrid.
- b) Competencias repartidas entre el Estado, las Comunidades Autónomas y las diputaciones provinciales.
- c) Características técnicas muy variadas: satisfactorias en el caso de las redes estatales y deficientes en las provinciales.
- d) Recibe el mayor tráfico de viajeros y mercancías, al permitir el puerta a puerta sin ruptura de carga.
- e) Las zonas desarrolladas y urbanas tienen mayor densidad de carreteras, de tráfico y accesibilidad; por lo que existen importantes desequilibrios territoriales.

3.4.- Transporte ferroviario.

- a) Se compone de tres redes:
 - **Red Nacional de Ferrocarriles de España** (RENFE) con una estructura radial (red básica) y arbórea (secundaria y complementaria).
 - **Ferrocarriles de vía estrecha (FEVE)**, cubren servicio fundamentalmente en la cornisa cantábrica y, en menor grado, en Castilla-León, comunidades del arco mediterráneo y Baleares.
 - **Red de alta velocidad** (AVE).

- b) Las características técnicas presentan importantes contrastes: las más avanzadas en el AVE y en gran parte de la red nacional, frente a las secundarias o zonas de vía estrecha que suponen un excesivo incremento del tiempo de trayecto y costes.
- c) Es el sistema ideal y rentable para el transporte de viajeros en cortas y medias distancias.
- d) Es idóneo para el transporte de mercancías pesadas y de gran volumen; teniendo el inconveniente de la ruptura de carga.
- e) Desequilibrios territoriales en equipamientos e inversiones siendo favorecidas las áreas desarrolladas y más dinámicas.

3.5.- Transporte marítimo y fluvial.

- a) La red de puertos está repartida entre el Estado (puertos comerciales) y las comunidades autónomas (pequeños puertos pesqueros o deportivos).
- b) Escaso tráfico de viajeros. Inexistente en el plano exterior; y a nivel interior se da entre la Península y el norte de África; y en las islas.
- c) Gran importancia del tráfico internacional de mercancías; la mayor parte de las exportaciones e importaciones se hacen por vía marítima.
- d) En general, los puertos españoles necesitan importantes mejoras técnicas para adaptarse al creciente volumen de mercancías y para mejorar el acceso desde los puertos a otros sistemas de transporte (carretera y ferrocarril).
- e) Existen importantes diferencias regionales en cuanto a equipamientos e inversiones en infraestructuras; destacan en ese sentido los puertos de Algeciras, Las Palmas, Barcelona, Valencia y Bilbao.
- f) El transporte fluvial carece de importancia en España; se reduce al río Guadalquivir y el puerto de Sevilla.

3.6.- Transporte aéreo.

- a) Existencia de una red bastante amplia, organizada jerárquicamente, que tiene en el aeropuerto de Madrid-Barajas el nudo central de conexiones.
- b) Sistema de transporte muy competitivo para el transporte de pasajeros en las largas y medias distancias.
- c) Escasa utilización para el transporte de mercancías por el alto coste; se reserva para mercancías valiosas o perecederas.
- d) Como en el resto de los sistemas de transporte existen importantes desequilibrios regionales. Los principales aeropuertos se identifican con las áreas más dinámicas, turísticas y urbanas: Madrid, Barcelona, Baleares, Canarias y ciudades del litoral mediterráneo. El resto de los aeropuertos están infrautilizados y son poco rentables.

3.7.- Las comunicaciones.

- Son los medios que permiten la comunicación a distancia: teléfono, telefax, télex, red de internet.
- Son imprescindibles para el desarrollo económico; y esenciales en el proceso de globalización económica.
- La red española de telecomunicaciones ha experimentado un gran crecimiento, pero siempre por detrás de los países de nuestro entorno.
- Existen importantes desequilibrios por cuanto las redes se han difundido en las áreas de mayor desarrollo frente a un menor crecimiento en las menos desarrolladas.
- Las áreas metropolitanas (Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Vizcaya) concentran la mayor parte de los flujos telefónicos. Madrid es el nudo central.

4.- Los espacios turísticos.

4.1.- Factores del desarrollo turístico español.

- Importante crecimiento desde los años 60.

- Actualmente España es una potencia turística: tercer país en número de turistas; segundo en ingresos por la actividad.
- Los factores que explican esta importancia del turismo son:
 - a) **Factores externos:**
 - Crecimiento económico de Europa tras la Segunda Guerra Mundial; y en general el crecimiento de las economías capitalistas.
 - Difusión de la legislación sobre vacaciones pagadas.
 - Progreso de los transportes.
 - b) **Factores internos:**
 - Proximidad de España a la clientela europea.
 - Condiciones climáticas que permite el desarrollo del turismo de sol y playa.
 - Atractivo cultural por el importante patrimonio histórico-artístico y etnológico.
 - En sus orígenes el bajo coste para el turista extranjero.
 - Las facilidades estatales, autonómicas y locales para la actividad.
 - Aparición de una importante infraestructura (red hotelera, recursos humanos y agencias de viajes). Calidad de la oferta y diversificación de los productos ofertados.
 - Consolidación de una gran demanda interna.

4.2.- El modelo turístico tradicional.

- Por modelo tradicional entendemos el implantado en la década de los años 60 caracterizado por:
 - Abundante oferta dirigida a una clientela masiva de poder adquisitivo medio o medio-bajo.
 - Turistas mayoritariamente alojados en hoteles y apartamentos de clase intermedia.
 - Turismo de sol y playa.
 - Dependencia de los tour-operadores internacionales.
- La demanda turística estuvo dominada inicialmente por el **turismo extranjero**; en la actualidad el **turismo nacional** desempeña un papel destacado:
 - La demanda internacional ha crecido de forma continuada desde comienzos de la década de los 60; intensificándose con la entrada de España en la UE.
 - La mayor parte de los turistas proceden de **Europa occidental y del norte** (alemanes, británicos, franceses, belgas, holandeses, italianos y portugueses).
 - Es un turismo básicamente **estival**, por lo que se dirige hacia las zonas de sol y playa: **Baleares, Canarias, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana**.
 - El cliente nacional aumentó a medida que se elevaba el nivel de vida del país. Proceden de las zonas más desarrolladas (**Madrid, Cataluña**) y se reparten a lo largo de todo el año. Las zonas preferidas por el turismo nacional son: **Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña y el interior (Castillas y Madrid)**.
 - El principal problema es la **estacionalidad de la demanda** que crea un exceso de utilización (saturación, pérdida de calidad y problemas ambientales) en la temporada alta; mientras que la escasa utilización el resto del año provoca problemas de amortización del capital invertido.

4.3.- La crisis del modelo tradicional y el turismo alternativo.

- a) Causas de la crisis:
 - Predominio de un turismo de nivel medio-bajo.
 - La oferta turística ha incrementado los precios sin una mejora paralela de la calidad del servicio.
 - Escasa adaptación de la oferta a las nuevas demandas del mercado.

- Se mantiene la dependencia de los tour-operadores; éstos demandan más calidad en la oferta al mismo tiempo que bajan los precios.
 - Competencia de otros países turísticos (países mediterráneos y este de Europa).
 - Deterioro ambiental y paisajístico de algunas áreas turísticas.
- b) Nueva política turística: reconversión y renovación el sector.
- Potenciar el turismo de calidad (alto poder adquisitivo). Esto supone la mejora sustancial de las infraestructuras y equipamientos así como una mejor cualificación del personal.
 - Fijación de estándares de calidad, de adhesión voluntaria por parte de las empresas del sector.
 - Para hacer frente a la estacionalidad y la competencia de otros países se fomentan nuevas modalidades de turismo (“turismo alternativo”): turismo de la tercera edad, turismo deportivo, turismo rural, ecoturismo, turismo urbano (cultural, de congresos y convenciones)
 - Creación de tour-operadores nacionales con proyección al mercado interno y exterior.
 - Compatibilizar el desarrollo turístico con la protección medioambiental.

4.4.- Las áreas turísticas y su tipología.

a) Tipologías:

- **Áreas turísticas:** son espacios que cuentan con una elevada afluencia de turistas. En función de la intensidad del fenómeno distinguimos:
 - **Zonas de alta densidad:** Baleares, Canarias y litoral mediterráneo (sol y playa); Madrid (turismo cultural).
 - **Zonas de densidades medias:** Costa noroeste y norte; interior de las comunidades catalana, valenciana y andaluza (en estas tres comunidades conviven espacios de media y baja densidad).
- **Puntos turísticos:** son núcleos aislados que atraen turistas en función de atractivos particulares (deportes de invierno, turismo rural, ciudades históricas...).
- Los espacios turísticos anteriores se **clasifican** en función del uso de la siguiente forma:
 - **Áreas turísticas de temporada**, con estacionalidad superior a la media: Cataluña y Baleares.
 - **Áreas especialmente turísticas** o de turismo estabilizado: Canarias, Málaga, Alicante (estancias prolongadas); Granada, Córdoba, Sevilla... (visitas puntuales y constantes relacionadas con su patrimonio).

b) Características de las áreas turísticas:

- **Áreas de “sol y playa”:** Baleares, Canarias y costa mediterránea:
 - Importante afluencia de turistas basada en sus características climáticas y playas. Fuerte saturación.
 - Se benefician de la facilidad de los accesos (aeropuertos y autovías); los núcleos alejados de estos ejes de comunicación presentan vacíos en la ocupación turística.
 - Se produce una densificación en la ocupación del espacio: concentrándose en la fachada marítima de los núcleos tradicionales; creando zonas de ensanche o generando nuevos asentamientos como resultado de operaciones urbanísticas.
- Otras áreas turísticas en base a factores diversos: se potencian a partir de los años 90. La aparición de estos focos turísticos se debe a diversas causas: desarrollo del turismo de proximidad, necesidad de desarrollo de las áreas rurales, deseo de calidad y nuevos atractivos por parte de la demanda.

- **Madrid:** turismo cultural, de congresos y convenciones; importante infraestructura hotelera y de servicios del sector; ausencia de estacionalidad.
- **Litoral gallego y cantábrico:** playa, turismo rural y riqueza paisajística; zonas sin saturación.
- **Centros de turismo rural:** responden a la necesidad de actividades complementarias a las agrarias; pretenden recuperar espacios y tradiciones populares locales; la oferta turística se basa en actividades relacionadas con la naturaleza.
- **Estaciones de esquí:** turismo de nieve en zonas como Sierra Nevada y el Pirineo oscense y leridano.
- **Ciudades históricas y artísticas:** turismo de carácter cultural, de estancias cortas y baja estacionalidad.

4.5.- El impacto espacial del turismo.

Impactos demográficos

- Incremento de los efectivos de población (joven en busca de empleo, adulta o tercera edad).
- Aumento de la población empleada en el sector terciario y en la construcción.
- En las zonas rurales frena el despoblamiento.
- Freno a la emigración desde centros urbanos históricos.

Impactos económicos

- Genera empleo, pues la mayor parte de las tareas relacionadas con el sector no pueden mecanizarse.
- Empleo estacional.
- Ejerce efecto multiplicador sobre otras actividades económicas.
- En España aporta el 12% del PIB, compensando la balanza comercial.
- Influye en la política de transportes de manera que actualmente se ha orientado a facilitar la accesibilidad a las áreas turísticas.

Impactos en el poblamiento

- Contribuye a crear y consolidar nuevas estructuras de poblamiento (conurbaciones, ensanches...)
- Contribuye a la rehabilitación de espacios urbanos y rurales.
- Genera consecuencias negativas como la densificación extrema y la especulación del suelo.

Impactos medioambientales

- Edificación intensa junto a la línea de costa y playas.
- Urbanización incontrolada en espacios de alto valor natural y paisajístico.
- Contaminación derivada de los consumos turísticos.

Impactos en la ordenación del territorio

- Influye en la reorganización de los espacios próximos a las áreas turísticas (superficies recreativas, infraestructuras de transporte, áreas de servicios y equipamientos...)
- Conflictos por el uso del suelo y el agua.
- Transformaciones en las economías de las zonas.
- Modificación de los usos del suelo en las áreas urbanas en determinadas ciudades: centro especializado en servicios al turismo; periferia para alojamientos (hoteles o segundas residencias)

Otras consecuencias

- Contribuye al acercamiento entre los pueblos y culturas.
- Fomenta la cooperación pacífica entre los Estados.
- Altera las costumbres de la sociedad local (pérdida de tradiciones o fomento de la modernidad).
- La saturación de población, tráfico y servicios puede alterar la calidad de vida de la población.

5.- El comercio interior y exterior.

5.1.- Comercio interior.

- Su **localización** depende de dos factores:
 - Existencia de una adecuada red de transporte que comunique productor-comerciante-consumidor.
 - Existencia de un mercado amplio de consumidores con poder adquisitivo adecuado.
 - Estos factores explican que el comercio interior se localice fundamentalmente en: Madrid, Cataluña, Navarra, País Vasco, Comunidad Valenciana... (zonas con buena red de transporte, alta densidad de población y elevada renta per cápita). En general las capitales de provincias son centros o áreas comerciales para su entorno más próximo.
 - Por el contrario zonas con menor desarrollo frenan la actividad comercial (Extremadura, Castilla-La Mancha, Canarias).
- **Tipología**:
 - **Comercio al por mayor**: recibe y concentra las producciones desde las zonas productoras y las distribuye al comercio minorista. Se sitúan en “espacios centrales” como Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, etc.
 - **Comercio minorista o “al detall”**: vende directamente al consumidor. Posee una gran variedad que va desde los establecimientos tradicionales pequeños y especializados a los distintos supermercados, autoservicios, grandes almacenes y centros comerciales.
- La **política comercial** española se basa en:
 - **Plan Marco de Modernización del Comercio Interior** de 1995, que pretende incrementar la competitividad del comercio minorista fomentando la cualificación profesional y la modernización tecnológica y en la gestión de los establecimientos.
 - **Ley del Comercio Minorista** de 1996: libertad de empresa y establecimiento; regulación de diversos aspectos como garantías postventa o rebajas; liberalización de horarios, entre otros aspectos.

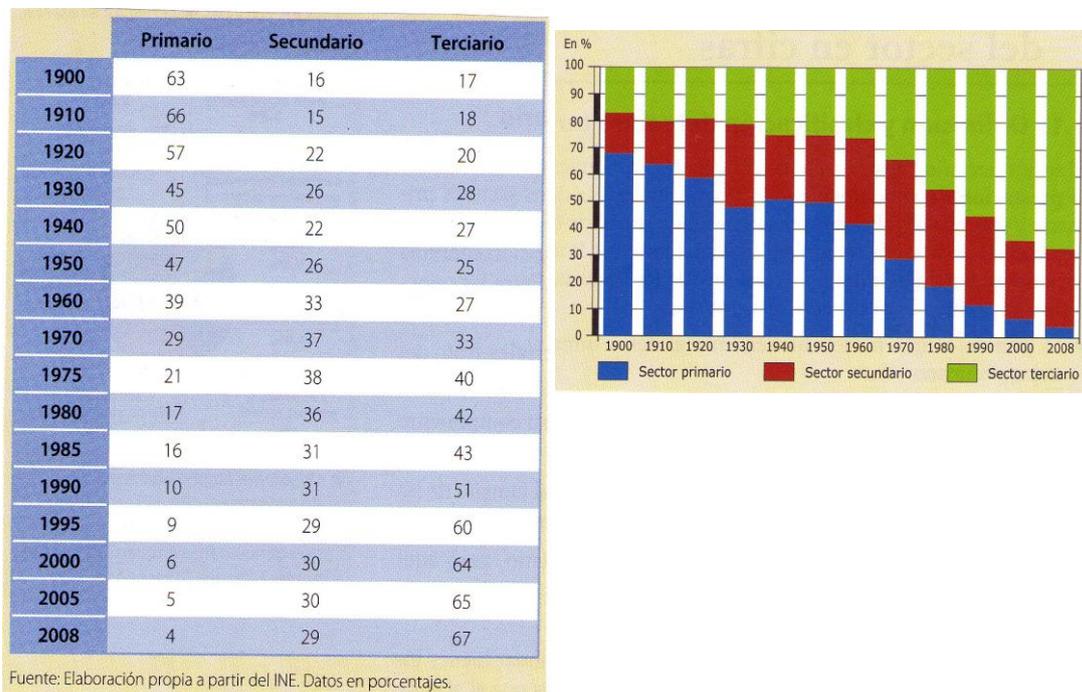
5.2.- Comercio exterior.

- La **balanza comercial** española es deficitaria en su conjunto, siendo positiva en el comercio con América Latina. No obstante el comercio exterior se ha incrementado desde la incorporación de España a la UE y a la globalización económica mundial.
- **Exportaciones**: bienes industriales semielaborados (hierro, acero y derivados de la industria química), de equipo (maquinaria), vehículos y bienes de consumo (textil, calzado); sin olvidar las exportaciones agrarias.
- **Importaciones**: productos energéticos, industriales semielaborados, de equipo y de consumo, y productos agrarios.
- **Áreas del comercio exterior**: área principal es la UE (tanto de exportaciones como importaciones). Áreas secundarias son Asia, África y América (Norte y área latina).
- **Política comercial** en el ámbito exterior se fundamenta en:

- **Mercado único de la UE** (libre circulación de personas, mercancías, capitales y servicios).
- **Acuerdos con la Organización Mundial del Comercio** (supone la rebaja de los aranceles para los productos agrarios e industriales de terceros países).
- Los **objetivos de la política comercial** se concretan en una serie de medidas para favorecer las exportaciones:
 - Organización de ferias y exposiciones.
 - Viajes institucionales.
 - Información a las empresas y concesión de créditos para el establecimiento de sedes en el exterior; ayudas a la internacionalización de las PYMES.
 - Fomento de los créditos FAD (Fondos de Ayuda al Desarrollo).
 - Desarrollo de planes de formación exterior para empresarios.

PRÁCTICOS

1.- Tabla estadística y gráfico sobre **“Evolución de la población activa ocupada por sectores 1900-2008”**. Analiza la evolución de los tres sectores, explica las causas y consecuencias de esta evolución.



2.- Mapa **“Peso del sector servicios en la economía de las Comunidades Autónomas”**:

- a) Indica las comunidades con valores superiores a la media nacional.
- b) Explica las causas que justifican esta situación.
- c) Relaciona los datos representados con la terciarización de la economía española y los desequilibrios territoriales en el sector terciario.



3.- Comentario del gráfico “Evolución del número de visitantes y de los ingresos por turismo, 1955-2007”:

- Tipo de representación.
- Análisis de la tendencia.
- Factores que explican esta evolución.



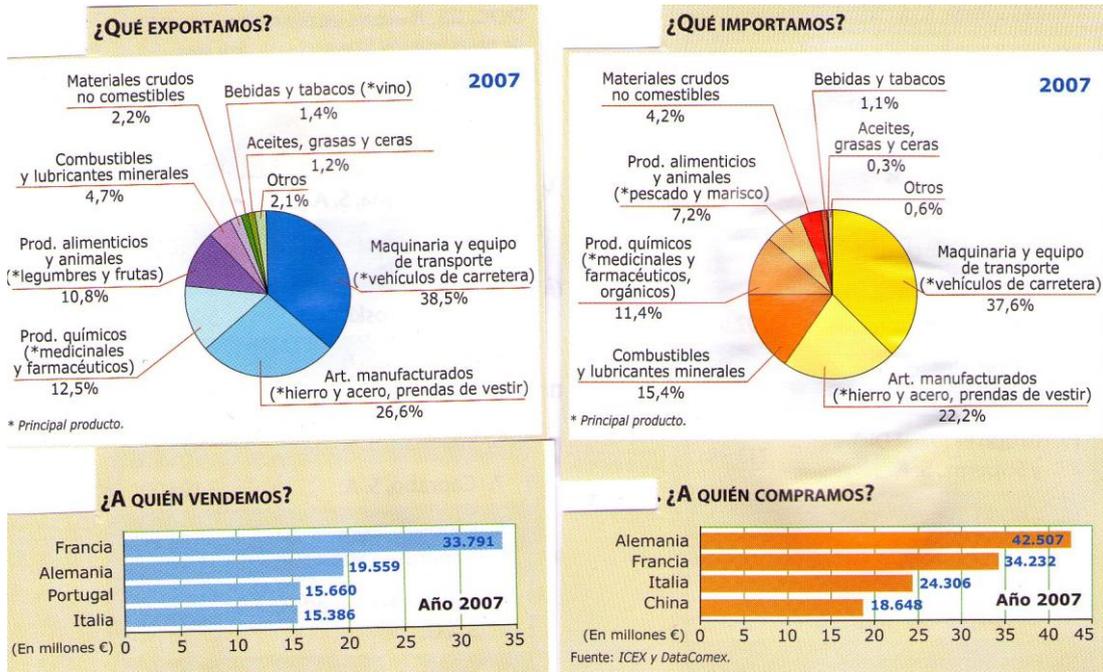
4.- Mapa “Áreas turísticas”:

- a) Indica las zonas de alta densidad turística.
- b) Explica los factores que justifican la distribución de densidades turísticas en España.

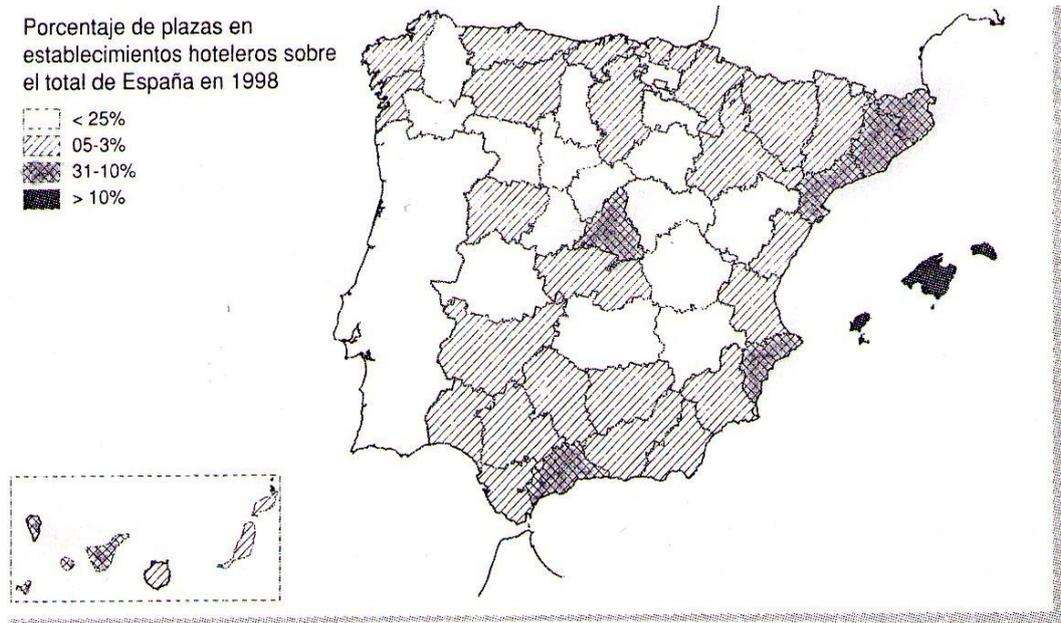


5.- Comentario de gráficos sobre “Comercio exterior por sectores, 2007”:

- a) Tipo de documento.
- b) Análisis de los datos representados.
- c) Características del comercio exterior español.



6.- Mapa “**Porcentaje de plazas en establecimientos hoteleros sobre el total de España en 1998**”. Indique qué provincias ostentan índices superiores al 31%. Comente los factores geográficos que explican esta distribución.



7.- Gráficos “Evolución anual del número de turistas, 1997-2003, y destino final”

- a) Tipo de representación.
- b) Análisis de la tendencia.
- c) Factores que explican esta evolución.

Gráfico n.1: “Evolución anual del número de turistas (en miles)”

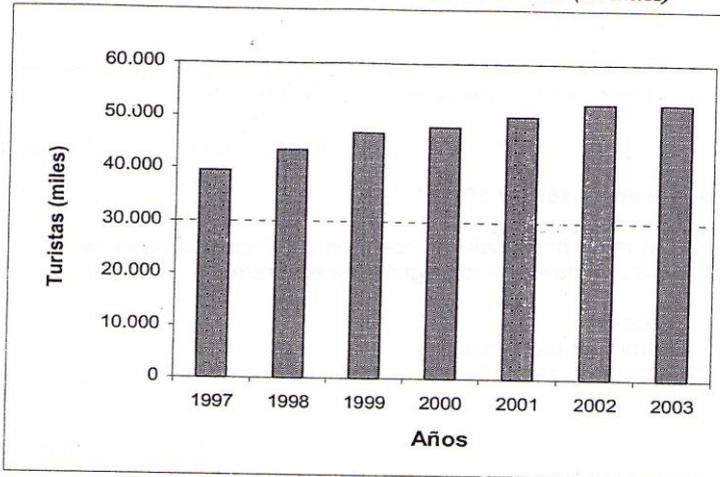
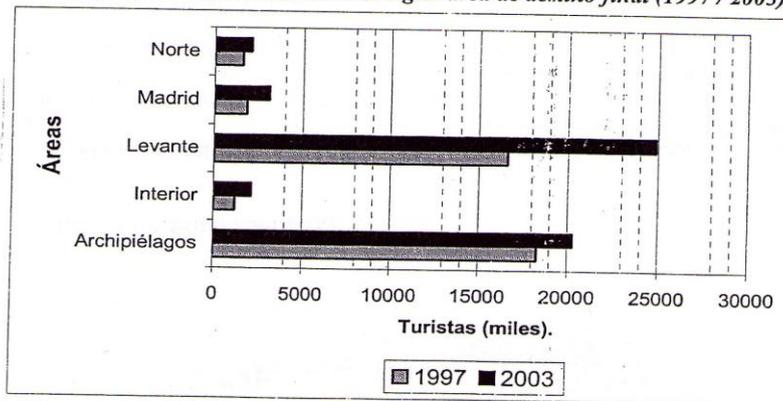


Gráfico n. 2: “Número de turistas según área de destino final (1997 / 2003)”



NOTA: Las áreas están conformadas por agregaciones de Comunidades Autónomas, excepción hecha de Madrid. El Levante lo integran: Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía.