

LOS ESPACIOS DE SERVICIOS –SECTOR TERCIARIO–

1.- TERCIARIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

SECTOR TERCIARIO: integrado por un conjunto de actividades cuyo fin es proporcionar servicios a la sociedad. Se trata de un sector heterogéneo, que ha experimentado un crecimiento desde la década de 1960 que se refleja en su aportación al P.I.B (más del 65%) y en la población activa (68%).

Las causas del crecimiento del sector terciario han sido las siguientes:

- Aumento del nivel de vida lo que supone un mayor consumo de servicios.
- La industria ha favorecido el proceso de terciarización (transportes, finanzas). A partir de la crisis de los 70 se produjo un trasvase de población industrial al sector terciario. La industria moderna demanda numerosos servicios (terciarización de la industria).
- Auge del turismo que ha incidido en el crecimiento de los servicios como el transporte, el comercio o la hostelería.
- Incremento de los servicios públicos (desarrollo de las distintas administraciones, implantación del Estado de bienestar).
- Creciente incorporación de la mujer al trabajo.

2.- HETEROGENEIDAD Y DESIGUALDAD TERRITORIAL

El sector servicios es muy heterogéneo. Las clasificaciones más habituales son:

- Servicios públicos y privados.
- Destinados a la venta (comercio, transportes) y los no destinados a la venta (Administración pública, sanidad, educación).
- Servicios intermedios (relacionados con la producción o la distribución) o de consumo final (comercio minorista, hostelería).

En España la estructura del sector terciario muestra algunas insuficiencias. Predominan los subsectores más tradicionales y menos productivos (administrativos y comerciales) aunque en los últimos años los servicios a las empresas han experimentado un mayor desarrollo (gestión, seguridad, servicios técnicos).

En todas las CC.AA el sector terciario es hegemónico tanto en sus aportaciones al PIB como en el empleo. Sin embargo existen desequilibrios territoriales relacionados con factores como el volumen de la población, el grado de urbanización y el nivel de desarrollo y renta.

- Así, el grado de terciarización del empleo es mayor en las comunidades especializadas en turismo (Baleares, Canarias, Andalucía) y en grandes metrópolis (Madrid).
- Es mayor en las grandes ciudades.
- Es menor en las comunidades con mayor peso relativo agrario o agrario industrial (la Rioja, Galicia, Castilla la Mancha).

En el futuro estas desigualdades pueden aumentar, aunque se orientará a la mejora cualitativa y a la diversificación de los servicios.

3.- EL SISTEMA DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

3.1. Definición: conjunto de medios que permite el desplazamiento de personas y mercancías entre lugares geográficos. Desempeña un importante papel económico y en la organización espacial.

Los transportes y el territorio interactúan: por un lado el transporte refleja los desequilibrios espaciales en la distribución de la población y en el desarrollo económico. Por otro lado puede introducir cambios en el territorio (incide en el desarrollo de la regiones) convirtiéndose en elemento esencial de la ordenación del territorio.

3.2. Características:

- El medio físico es desfavorable (relieve accidentado, características climáticas).
- Las redes terrestre y aérea son radiales (tienen su centro en Madrid y su origen está en el S. XVIII -centralismo borbónico- y se consolida en el s. XIX con la red ferroviaria también de carácter radial).
- En el tráfico de pasajeros y de mercancías predomina la carretera.
- La red presenta importantes desequilibrios territoriales en cuanto a densidad, intensidad y calidad. Las competencias sobre transporte se descentralizaron a raíz de la implantación del Estado de las autonomías.
- La política española de transportes se rige por el Plan Estratégico de Infraestructuras de transporte (2005-2020) cuyos objetivos son:
 - asegurar las condiciones de accesibilidad equitativas por todo el territorio.
 - corregir el predominio de la carretera, fomentando el transporte ferroviario de pasajeros y de mercancías, y la interconexión de los diferentes modos de transporte.
 - contribuir a la movilidad sostenible, disminuyendo las emisiones del transporte.
 - la red de transporte española se integra en la red europea.

La UE impulsa las redes transeuropeas y la mejora de las infraestructuras de las regiones periféricas así como el respeto del medioambiente. Las principales repercusiones de esta política son:

- mejora de las conexiones con la UE (autovías, trenes de alta velocidad, formando un corredor entre Irún y Lisboa).
- la recepción de fondos europeos para la mejora de las infraestructuras (especialmente en regiones periféricas de España).
- adopción de medidas para reducir el impacto ambiental. El sistema de transporte ejerce un impacto sobre el medioambiente: visual (alteración del paisaje), acústico y de contaminación atmosférica (emisiones de vehículos). A partir de 1986 es obligatorio realizar una evaluación de impacto ambiental para construir cualquier infraestructura.

3.3. Tipos de transportes

3.3.1. El transporte por carretera: la red de carreteras es una infraestructura clave para la accesibilidad del territorio. Las características de este tipo de transporte son:

- La red presenta una disposición radial, con centro en Madrid (configurada en el s. XVIII). En la década de 1960 se modernizó, consolidándose el modelo radial para conectar la capital con los principales núcleos de la población y de la actividad económica.
- Las competencias sobre la red de carreteras se reparten entre el Estado, las comunidades autónomas y las diputaciones. La red estatal comprende los itinerarios de interés general. Incluye la mayor parte de las autopistas y autovías que tienen también una configuración radial, aunque se han desarrollado otros ejes transversales como el Ebro, el Mediterráneo y el andaluz.
- La carretera recibe la mayor parte del tráfico de viajeros y de mercancías.
- Existen claros desequilibrios territoriales en la densidad e intensidad de la red y en la accesibilidad. La densidad mayor corresponde a las comunidades más desarrolladas económicamente (Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana), las que presentan población dispersa (Galicia) o con mayor fragmentación territorial (Cantabria...). La menor densidad se produce en zonas de nivel económico más bajo. Por su parte la accesibilidad es más alta en las zonas industriales y turísticas.
- El Plan Estratégico de Infraestructuras de Transporte contempla: dotar a todo el territorio de un elevado grado de accesibilidad construyendo una red de al-

ta capacidad que conecte las capitales de provincia; finalización de la autovía del cantábrico, la de la Ruta de la Plata (Asturias- Huelva) y de la Autovía del Mediterráneo hasta Algeciras.

- La red de carreteras aspira a una mayor integración con la de la Unión Europea (mejora de los ejes pirenaicos). La red transeuropea contempla la construcción de 2 ejes transpirenaicos (Burdeos-Valencia y Barcelona-Toulouse).y la mejora de las conexiones con Portugal.

3.3.2. Transporte ferroviario: entre la 2ª mitad del s. XIX y principios del s. XX el ferrocarril fue el modo de transporte principal. A partir de este periodo perdió importancia lo que supuso el cierre de algunas líneas secundarias. Las características del transporte ferroviario son:

- Se compone de 3 redes: la red de ferrocarriles españoles (RENFE), con estructura radial y arboriforme (a partir de la red básica se abren ramas), los ferrocarriles de vía estrecha (FEVE) localizado principalmente en la cornisa cantábrica, y la red de alta velocidad (AVE) que se inició con la línea Madrid-Sevilla (1992) y que ha continuado con las inauguraciones de las líneas Madrid-Lérida, Madrid-Valladolid y Madrid-Málaga.
- El tráfico de viajeros tiene que reorientarse: así, el tráfico de viajeros es rentable en las líneas de cercanías pues permite descongestionar las carreteras.
- Existen importantes desequilibrios territoriales en equipamientos e inversiones.
- El Plan Estratégico de Infraestructuras de transporte da prioridad al transporte ferroviario , prevé incrementar el tráfico de cercanías y aumentar la red de alta velocidad y conectarla con la europea.
- La red ferroviaria española aspira a una mejor integración con la de la Unión Europea. La UE se ha propuesto crear una red europea de alta velocidad para 2010 (construcción de 2 líneas que atravesarán la frontera por Cataluña y el País Vasco y líneas de conexión con Lisboa).

3.3.3. El transporte marítimo: este transporte se caracteriza por:

- La red portuaria tiene distribuida su gestión entre el Estado y las Comunidades Autónomas.
- El tráfico de viajeros y mercancías presenta grandes contrastes: el tráfico de viajeros es escaso (importancia del tráfico entre Algeciras y Ceuta, y entre las islas y la Península), el tráfico internacional de mercancías tiene enorme importancia (tráfico de graneles sólidos y líquidos). Actualmente se ha producido un importante crecimiento del tráfico de mercancías en contenedores.
- Los puertos requieren mejoras técnicas y costosas infraestructuras. Así, algunos puertos han creado Zonas de actividades logísticas (Algeciras, Valencia o Barcelona). Se ha acordado con RENFE la creación del Puerto Seco de Madrid- Coslada.
- El Plan Estratégico de Infraestructuras de transporte prevé la especialización de los puertos como centros de distribución de mercancías.

3.3.4. El transporte aéreo: el transporte aéreo ha experimentado un rápido desarrollo debido a una serie de factores como el : crecimiento de la renta, el aumento de la demanda turística, profesional y de negocios y al aumento de los vuelos internacionales. Presenta las siguientes características:

- La red de aeropuertos es bastante amplia. Esta red se organiza jerárquicamente, así Madrid- Barajas funciona como *hub* o aeropuerto central.
- El tráfico de pasajeros y mercancías presenta notables diferencias. El avión es competitivo en el transporte de pasajeros a larga y media distancia, en cambio, el tráfico de mercancías es escaso debido el alto coste.

- Existen desequilibrios territoriales en el tráfico aéreo. Los principales aeropuertos se encuentran en los núcleos urbanos, económicos y turísticos más destacados (Madrid- Barajas, El Prat en Barcelona, Son San Juan en Palma de Mallorca, y en menor medida otros como el de Málaga, Bilbao...).
- El Plan Estratégico de Infraestructuras prevé potenciar las funciones económicas de los aeropuertos.
- La UE ha liberalizado las tarifas y los servicios aéreos. Compañías como Iberia han afrontado un proceso de privatización.

4. LOS ESPACIOS TURÍSTICOS

4.1. Factores del desarrollo turístico español

Desde la década de 1960, España ha experimentado un gran desarrollo turístico y actualmente es una de las grandes potencias turísticas mundiales. El auge turístico español en los años 60 estuvo motivado por factores externos e internos:

a) Factores externos:

- El crecimiento económico de los países de la Europa Occidental y Septentrional y el aumento del poder adquisitivo.
- El progreso de los medios de transporte.

b) Factores internos:

- Las excelentes condiciones climáticas y paisajísticas y la calidad de las playas.
- El importante patrimonio cultural y artístico.
- Los bajos precios de la oferta turística (devaluación de la peseta en 1959).
- La promoción turística realizada por el Estado.

En la actualidad influyen otros factores como:

- Aumento de la demanda interna.
- Mayor diversificación de la oferta turística.
- Mejora de las infraestructuras de transporte.
- La inestabilidad política de zonas competidoras (Balcanes, países del Norte de África).

4.2. El modelo turístico español

El modelo turístico implantado a partir de 1960 se caracterizaba por una abundante oferta, por una clientela masiva, de poder adquisitivo medio o medio bajo, alojada en zonas de sol y playa. El sector era controlado por los tour-operadores internacionales.

4.2.1. La oferta turística: está integrada por los que venden el producto (agencias de viajes, instituciones que promocionan el turismo como FITUR) y por las instalaciones turísticas.

La oferta de alojamiento es muy amplia y se concentra especialmente en el litoral mediterráneo e insular, aunque en los últimos años ha crecido la oferta de turismo rural. y la relacionada con actividades recreativas como el golf o los parques temáticos.

4.2.2. La demanda turística

La demanda turística estuvo dominada por el turismo extranjero aunque actualmente se ha producido un incremento significativo de la demanda nacional.

La demanda internacional creció desde la década de 1960, excepto las etapas de crisis (1975 y 1992). Desde la entrada de España en la U.E. en 1986 ha aumentado notablemente el número de turistas (84 millones en 2004), la mayor parte procedentes de países como Alemania, Francia, Gran Bretaña., Italia o países del Benelux. El turismo extranjero es básicamente estival, localizado en Baleares, Canarias, Cataluña Andalucía y Comunidad valenciana.

La demanda nacional aumentó a partir de 1960 con el aumento del nivel de vida. Se reparte mejor a lo largo del año y diversifica más los lugares de destino turístico. Por otro lado elige como destinos preferentes las comunidades del litoral mediterráneo y en menor medida las comunidades del interior (Madrid, ambas Castillas).

La excesiva estacionalidad de la demanda es uno de los principales problemas del turismo español (la mayor demanda coincide con las vacaciones de verano). En cuanto al turismo nacional se ha producido un incremento de los desplazamientos de fin de semana y puentes.

4.3. La crisis del modelo tradicional y el turismo alternativo

4.3.1. Causas de la crisis:

- Predominio del turismo de nivel medio-bajo.
- El encarecimiento de los precios, la estacionalidad y la competencia de otros países mediterráneos y del este de Europa.
- Dependencia de los tour-operadores internacionales.
- Deterioro medioambiental.

4.3.2. El turismo alternativo y la nueva política turística. La política turística se plantea los siguientes objetivos:

- Potenciar el turismo de calidad, creando buenas infraestructuras, modernizando las instalaciones y cuidando el medioambiente.
- Fomentar nuevas modalidades de turismo (turismo de la tercera edad, turismo deportivo –golf,...–, turismo rural, el ecoturismo –parques naturales–, y el turismo urbano, cultural y de congresos).
- Compatibilizar el desarrollo del turismo con el respeto al medioambiente (turismo sostenible).
- Disminuir la dependencia del exterior mediante la creación de tour-operadores nacionales.

4.4. Las áreas turísticas y su tipología

Las áreas turísticas con mayor densidad de turistas corresponden a Baleares, Canarias, el litoral mediterráneo y Madrid (turismo cultural) y en menor medida las costas del noroeste y norte y del interior de Cataluña o Andalucía. Por otro lado existen puntos turísticos aislados (ciudades históricas –Toledo, Segovia–, turismo rural o estaciones de esquí).

4.4.1. Las áreas turísticas de sol y playa (Baleares, Canarias, litoral mediterráneo). Estas zonas presentan diferencias notables como:

- La accesibilidad(se producen huecos en la ocupación turística). Así, Cataluña está mejor comunicada que otros puntos del litoral mediterráneo más alejados de la Autopista del Mediterráneo (A-7).
- El modelo de ocupación del espacio: distinguimos entre alojamientos turísticos integrados en la estructura urbana preexistente (Benidorn) y nuevos complejos hoteleros (Novo Sancti Petri en Cádiz).

4.4.2. Otras áreas turísticas. Desde la década de 1990 se ha intensificado la difusión espacial del turismo debido a una serie de factores, como son el aumento del turismo de proximidad, el crecimiento del turismo en zonas rurales, o la búsqueda de calidad y de nuevos atractivos.

4.5. El impacto espacial del turismo

4.5.1. Repercusiones demográficas. En las áreas litorales, el turismo incrementa los efectivos de población (jóvenes buscando empleo, o población envejecida de España o del extranjero). En las áreas rurales ha permitido frenar el despoblamiento, al igual que en algunas ciudades históricas.

4.5.2. Repercusiones en el poblamiento. En el litoral, el turismo contribuye a la creación de nuevas estructuras de poblamiento, como la consolidación de conurbaciones en zonas costeras. Se ha producido también una alta densidad de construcción y la especula-

ción del suelo. En determinados espacios rurales y urbanos ha incidido en la rehabilitación del patrimonio.

- 4.5.3. Repercusiones económicas. El turismo crea empleo (básicamente estacional), demandando especialmente mano de obra poco cualificada. Ejerce una importante incidencia sobre otras actividades económicas. Aporta más del 11% del PIB y representa más del 12% de la población activa. Por otra parte compensa la balanza comercial, frena el endeudamiento externo e influye en la mejora de los transportes.
- 4.5.4. Repercusiones en la ordenación del territorio. En las áreas más turísticas el turismo ordena los espacios próximos, produciendo alteraciones en el medio y en el paisaje, transformaciones económicas (revalorización de tierras) y conflictos por el uso del suelo y de los recursos. Favorece la rehabilitación de centros históricos, mientras que en las áreas rurales aparecen conflictos con otras actividades.
- 4.5.5. Repercusiones medioambientales. En los años 60-70 se produjo un fuerte desarrollo del sector en poco tiempo y en un espacio reducido (se levantaron grandes bloques de apartamentos y de hoteles junto a las playas, urbanización incontrolada en espacios protegidos...) que han causado gran perjuicio medioambiental. Esta situación causada por el turismo desarrollista exige en la actualidad la aplicación de políticas de protección y rehabilitación.

5. EL COMERCIO INTERIOR Y EXTERIOR

El comercio es la actividad económica que pone en relación la oferta con la demanda de productos y servicios.

5.1. Comercio interior

Su localización depende de la existencia de un sistema de transporte y de un mercado de consumo amplio y con poder adquisitivo.

Su estructura ha experimentado cambios profundos en los últimos años (revolución comercial). Estos cambios han afectado a los canales de distribución, al consumo (mayor capacidad de compra por el incremento de la renta y diversificación de la oferta), a la distribución (venta en autoservicios), a los equipamientos (códigos de barras) y a las formas de pago (tarjetas).

Según su tipología, distinguimos entre: **comercio al por mayor o mayorista**. es el que compra a los productores y distribuidores y vende al comercio minorista. Busca emplazamientos centrales respecto a la producción y el consumo.

Y, **comercio al por menor o minorista** o *al detall*. Vende directamente al consumidor. Distinguimos entre comercio tradicional (establecimientos pequeños que han experimentado una crisis) y nuevas formas comerciales (autoservicios, grandes almacenes del centro de las ciudades y los centros comerciales integrados- comercios, establecimientos de ocio e hipermercados).

La política comercial española cuenta con dos instrumentos básicos:

El Plan marco de Modernización del Comercio Interior de 1995 que pretende incrementar la competitividad del comercio minorista.

La Ley del comercio minorista de 1996 que implanta la libertad de empresa y de establecimiento comercial y liberaliza los horarios de apertura en función de las decretos de las Comunidades Autónomas.

5.2. Comercio exterior

Es el intercambio de productos y servicios de un país con el resto del mundo (exportaciones e importaciones). En las últimas décadas, el comercio exterior español se han incrementado como consecuencia de la incorporación de España a la UE y a la globalización económica.

En las exportaciones pierden importancia los productos primarios en favor de bienes industriales semielaborados, bienes de equipo (maquinaria) y bienes de consumo (moda). En las importaciones destacan los productos energéticos, los industriales y los agrarios.

Las áreas del comercio exterior se han modificado con la incorporación de España a la UE. La UE es la principal receptora de las exportaciones españolas y de ésta proceden la mayor parte de las importaciones. La balanza comercial española es deficitaria.

La política comercial está influenciada por el establecimiento del mercado único con la Unión Europea y por los acuerdos suscritos con la OMC (Organización Mundial de Comercio). La política comercial española trata de favorecer las exportaciones mediante diversas medidas: organización de ferias y exposiciones, viajes institucionales a otros países, fomento de los créditos FAD con otros países y ayudas a la internacionalización de las pymes.