

LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR SERVICIOS EN ESPAÑA

INTRODUCCIÓN.

I. IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS.

- El reciente desarrollo del sector servicios como apoyo y enlace entre producción y consumo.
- Aumento de la población activa del sector servicios.
- Aportación al PIB.
- Desequilibrios regionales originarios por la terciarización de la sociedad.

II. COMERCIO.

- Su importancia.
- Factores de localización comercial. Desequilibrios territoriales y dentro de los espacios urbanos.
- Comercio interior: tradicional, nuevas formas de comercio (especialización), áreas de mercado.
- Comercio exterior: incidencia en la balanza de pagos, intercambios con otras áreas del mundo, la balanza de pagos.

III. TRANSPORTE Y COMUNICACIONES.

- Tipos y redes de transportes, su incidencia en el espacio y su dependencia de él.
- Las infraestructuras.
- Vertebración territorial y desequilibrios en el sistema español de transporte: ejes más activos, transporte de cercanías, transportes de mercancías.
- Planificación de nuevas redes y sistemas de transportes.
- Nuevas formas de comunicaciones.
- Impacto espacial y medioambiental.

IV. TURISMO Y ACTIVIDADES DE OCIO.

- Recreativas.
- Culturales.
- **Turismo.**
 - Actividad tradicional en España.
 - Incidencia en la economía del país.
 - Principales zonas receptoras del turismo.
 - Repercusiones económicas, desequilibrios e impactos en el espacio español.
 - Desequilibrios estacionales.

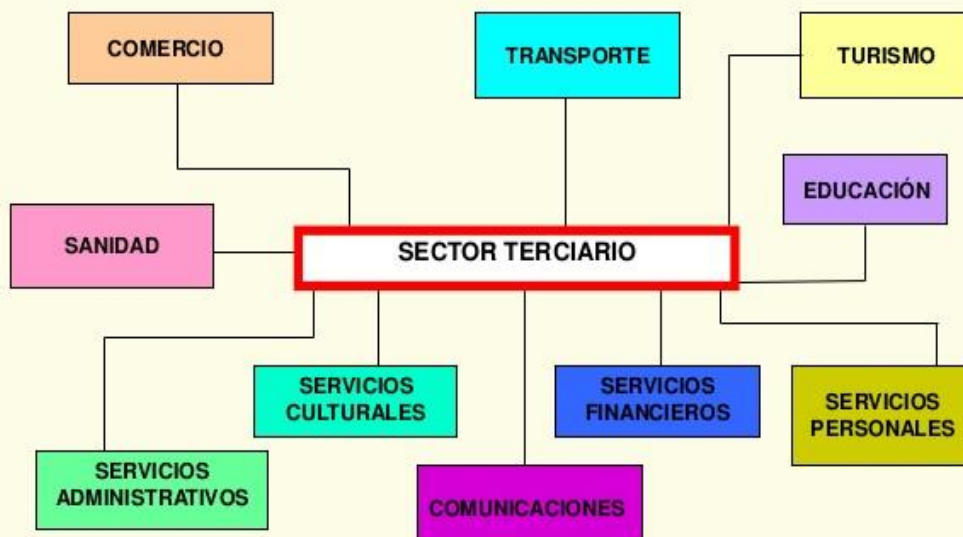
V. OTRAS ACTIVIDADES DEL SECTOR SERVICIOS.

- Analizar de cada uno de ellos su importancia cuantitativa y cualitativa, e igualmente cómo inciden o ayudan a los desequilibrios territoriales: Educación, Sanidad, Funciones administrativas. Servicios financieros. Otros.

1.-INTRODUCCIÓN.

EL SECTOR TERCIARIO

En el sector terciario se incluyen diversas actividades, entre otras, las siguientes:



Se consideran **actividades terciarias** a los servicios que se prestan en un país, estos son producto de la actividad del hombre y están destinados a satisfacer sus necesidades. El sector servicios se caracteriza por la gran diversidad de profesiones que incluye, y también porque no produce bienes materiales y sin embargo **su capacidad de generar riqueza es mayor cuanto mayor es el desarrollo económico de un país.**

En las sociedades modernas se pueden establecer, en líneas generales, dos tipos de servicios:

🏢 **PÚBLICOS:** *Servicios de interés general, realizados por los poderes públicos, los establece y organiza el gobierno de la Nación para atender las demandas y necesidades básicas de la población, tales como la sanidad, educación, transporte, jubilación.*

🏢 **PRIVADOS:** *Servicios que ofrecen las entidades privadas y se orientan a la obtención de beneficios, es el caso de la banca, la hostelería o el turismo.*

LAS ACTIVIDADES DEL SECTOR SERVICIOS EN ESPAÑA.

Las actividades comerciales y turísticas y estrictamente de servicios tienen una inmediata repercusión en las acumulaciones, inversiones y flujos de dinero en la economía nacional. No podemos olvidar que el proceso llamado **terciarización** se presenta actualmente como preponderante, tanto en el plano socio económico, tal como se ha visto en el análisis de la población por actividades. El análisis de las actividades terciarias es amplio pero se centrará en los transportes y comunicaciones, la actividad comercial (interior y exterior) y el sector turístico.

I. IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS. 1º. La terciarización de la economía española.

El crecimiento del sector terciario constituye uno de los procesos de mayor transcendencia en la evolución de la actual estructura económica española. Este proceso se manifiesta en:

- **Aumento de la población activa en el sector servicios.** En el año 2015, este sector ocupaba más del 65% de la población activa de nuestro país. Su aumento ha sido progresivo en los últimos treinta años: en 1970 suponía el 33,3% de la población activa.

I. EL PROCESO DE TERCIARIZACIÓN DE LA ECONOMÍA 1. LAS CAUSAS DE LA TERCIARIZACIÓN

Año	SECTOR PRIMARIO	SECTOR SECUNDARIO	SECTOR TERCIARIO
1900	69.6	15.2	15.2
1940	51.9	24.1	24.0
1950	49.6	25.5	24.9
1960	41.7	31.8	26.5
1975	23.0	37.8	39.2
1985	17.6	31.5	51.0
1990	11.4	33.1	55.5
1995	9.0	31.9	61.1
2000	6.8	29.4	63.8
2005	5.3	28.5	66.2
2009 (II Trimestre)	4,2	24,9	70,9

- **Aportación creciente al P.I.B.** En el período 1973-85 (recesión económica de la transición democrática) el PIB crece en torno al 2,7% pero ya son los servicios quienes alcanzan una tasa de crecimiento que llega al 61%. El último lustro de la década de los 80 se identifica como una etapa expansiva de la economía española con una tasa media de crecimiento del 6% donde el sector servicios alcanza un 63% del P.I.B. en 1992. En la actualidad alcanza casi el 70% del PIB.

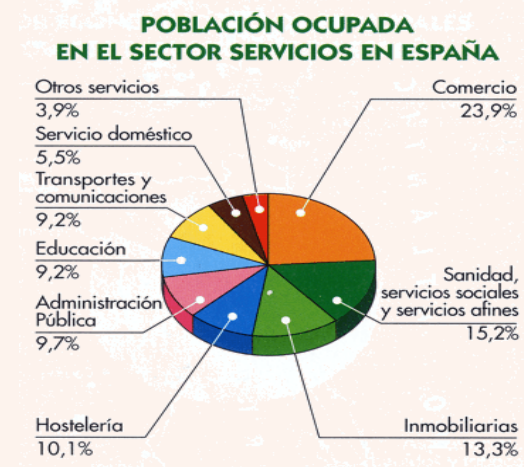
Se consolida en nuestro país en la década de los 80 y 90 el enlace entre producción y consumo propio del ***sector servicios**: proceso basado en cuatro funciones básicas: *producción, distribución* al por mayor y al por menor de bienes así como prestación de servicios personales, *circulación y regulación*. Las **causas** de este reciente desarrollo del sector servicios desde los años 60 hay que conectarlas con dos motivos estructurales en el plano económico:

1º. El **crecimiento industrial** que provocó un incremento de la renta per cápita. El país se pasó de una desagrarización acusada a una terciarización de la sociedad.

2º. El incremento del **nivel de vida** -la renta familiar disponible-, y la ampliación del consumo a todas las clases sociales, se manifiesta en la superación de la fase de industrialización.

Este marcado desarrollo del sector servicios ha traído consigo **un considerable aumento de las clases medias**, que disfrutaron de un **nivel adquisitivo y un grado de bienestar aceptables** (si bien, según Cáritas; aún existen en España 1,5 millones de personas en España que viven en la extrema pobreza), en cualquier caso en nuestro país el acceso a la sanidad, a la educación pública, a las prestaciones económicas por desempleo y por jubilación (contributivas y asistenciales) están, de momento, garantizadas; este conjunto de prestaciones se vincula al concepto **ESTADO DE BIENESTAR**, e implica además otras actuaciones por parte del Estado orientadas a asegurar unas prestaciones sociales básicas que abarcan desde las inversiones en infraestructuras a la asistencia sanitaria pública. Cuestiones que están siendo revisadas y, en algunos casos replanteadas, debido a la actual situación de crisis.

2º. EL SECTOR SERVICIOS: COMPOSICIÓN SECTORIAL Y FENÓMENO URBANO.



También, a las causas anteriores hay que añadir otros factores más concretos y vinculados a un proceso modernizador de nuestra sociedad (ciudades) no sólo desde el punto de vista económico sino político, social y cultural, además de su carácter articulador en el espacio:

❖ Creciente importancia del **sector público** como creador de empleo durante la crisis (1976-86). Esta aportación se realiza de un modo directo mediante el incremento de los Presupuestos Generales del Estado. Este empleo directo abarca dotaciones en Enseñanza, Sanidad y Administración Pública (Locales, Autonómicas y Unión Europea).

❖ Desarrollo de los servicios a las empresas o servicios a la producción, es decir una **terciarización de la industria**. Este

proceso implica la aparición de nuevas profesiones: gestores de empresa, diseñadores, publicistas, agentes comerciales, consultores, agentes fiscales, etc; en definitiva se

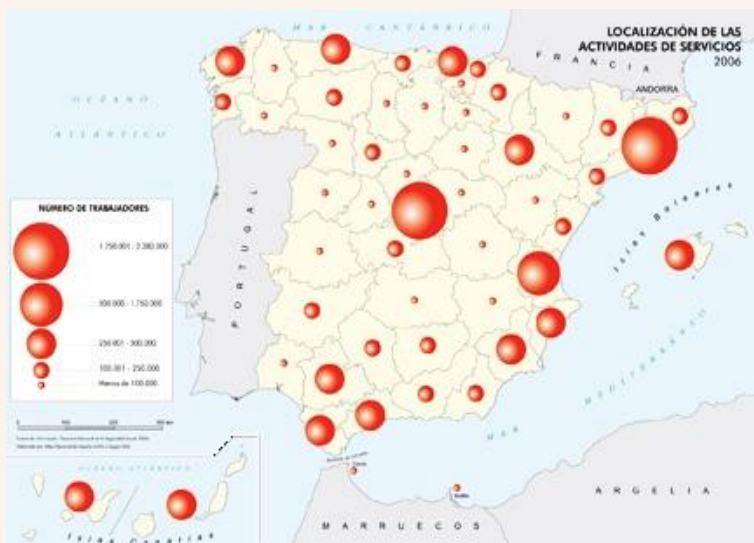
- ❖ **Crecimiento del sector financiero y seguros:** extensión geográfica de oficinas bancarias y cajas de ahorro; implantación de la banca extranjera.
- ❖ El mantenimiento del **turismo** en continuo crecimiento y su conversión en un turismo de alta calidad (incremento de los gastos-turista) con la mejora de los sevicios personales y una diversificación de la oferta: turismo de ocio y aventura, cultural, rural, factores de integración económica y cultural de Europa, con especial interés para el desarrollo de regiones deprimidas.
- ❖ La **urbanización del territorio**. La terciarización de la economía española se manifiesta en la concentración progresiva de la población en las ciudades (más del 80% de la población española reside en el medio urbano).
- ❖ El **auge de nuevas formas comerciales** (supermercados, hipermercados, etc.) se debe esencialmente al incremento de la renta y la descentralización urbana. De tal modo, que han pasado a formar parte del paisaje urbano especialmente en una posición periférica: en vías rápidas de salida o de circunvalación metropolitanas (M-30, M-40, rotondas, etc.).

3º DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL TERRITORIO.

a/ Terciarización económica y desequilibrios regionales.

En los últimos años el grado de terciarización de las economías regionales, aún siendo elevado, superando el 40% del empleo en todas las Autonomías, muestra variaciones acusadas. Así tenemos:

- ❖ Fuerte grado de terciarización en zonas especializadas en la recepción del turismo: Canarias, Baleares, Andalucía; o en algunas de las regiones que conforman los centros rectores del país (Madrid, Cataluña y P. Vasco y Levante).
- ❖ Menor presencia del sector servicios en sus economías regionales, donde no existen las dos cualidades mencionadas, como Galicia. La Rioja, las dos Castillas, Extremadura y Asturias.



1. Mapa de localización del sector servicios.

En los datos referidos a 1990, que describen la distribución regional de cada una de las **ramas del sector terciario**, nos encontramos como el 80% del empleo lo ocupan las actividades comerciales, el turismo, los servicios ofertados por las Administraciones Públicas, mientras que un 10,8% lo ocupa el transporte y las comunicaciones; y un 9,5% en los denominados servicios a la producción. Sin embargo, este reparto no se mantiene constante en todas las regiones.

II. COMERCIO INTERIOR.

La función comercial es, desde el origen de las ciudades, una actividad fundamentalmente urbana.

1º. IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERIOR.

En los últimos años se han producido cambios importantes en el sector comercial. La múltiple y diversa oferta y la existencia de una demanda más informada, con un mayor "status" económico y que solicita un tipo de productos de más calidad ha modificado la estructura comercial existente actualmente en España.

a/ relevancia en población activa y participación económica

El comercio es una actividad importante dentro de la actividad económica del Estado español. En 2014 la aportación al PIB es de aproximadamente un 14% más o menos constante desde la década de los años 80

2º. ESTRUCTURA DEL COMERCIO INTERIOR.

a/ estructura sectorial tradicional.

El comercio español hasta la mitad de los 80 presentaba unos rasgos tradicionales:

- Minifundismo comercial. Hasta bien avanzados los 80 se da un predominio del pequeño local comercial frente a los establecimientos de mayor tamaño.

- Escasa preparación y cualificación profesional. En el comercio tradicional no se presentan ningún tipo de formación específica; y la mayoría de las empresas -sobre todo, familiares- tienen escaso o nulo equipamiento. El costo mayor de estos establecimientos lo representa la retribución del trabajo.

- Escaso espíritu empresarial. El riesgo e inversiones en mejora de establecimientos son lentas. Nos habla de ello, la elevada antigüedad de los establecimientos comerciales: 39 años de media en el 75% de los casos, que supone una debilidad frente a la competencia de las grandes empresas.

- Ausencia de capitalización. Dificultades en las fuentes de financiación públicas y privadas y de apoyos a la comercialización de determinados sectores comerciales imposibilitan una renovación rápida de la estructura.

b/ Estructura sectorial actualizada.

El crecimiento económico experimentado desde 1985 ha vuelto a revitalizar la actividad comercial. Los crecimientos de renta han supuesto un notable aumento de la demanda de bienes, pero también, una diferenciación creciente entre un comercio tradicional estancado y las nuevas formas comerciales. Los cambios producidos en este sector se deben a:

- transformaciones en el comportamiento de la demanda. Estos cambios se asientan en tres hechos: 1º. el incremento de la renta que aumenta la capacidad de compra de los españoles.

2º. la relocalización de la demanda. Se experimenta el progresivo abandono de cascos antiguos y ensanches por parte de la población y la densificación de los barrios dormitorio y de las periferias con la consiguiente atracción de grandes superficies comerciales.

3º. disminución de la frecuencia de compra. Ello se debe al incremento de la motorización (coche) y el apoyo en electrodomésticos de mayor capacidad.

- cambios en las técnicas de distribución. Afectan a la estandarización del producto y la sustitución de la venta al granel por el envasado. A su vez el encarecimiento de la mano de obra supone una tendencia a sustituir empleo por espacio, siempre que éste no adquiera unos precios desmesurados.

Actualmente están penetrando en nuestro país nuevas técnicas comerciales que constituyen la denominada "**tercera revolución comercial**". Los nuevos modos comerciales se basan en la introducción de las llamadas marcas de distribución y la generación de un nuevo equipamiento comercial: el datáfono que permite la transferencia electrónica de fondos y los registradores ópticos de barras, que agilizan el pago de mercancías. La codificación de productos ofrece una información desagregada y actualizada de éstos y permite, en consecuencia, elaborar estrategias de *stocks* o precios en tiempos muy breves.

c/ nuevas formas de comercio.

La adaptación a los nuevos requisitos de la demanda se ha realizado en las últimas décadas mediante la eclosión de nuevas formas comerciales: autoservicios, supermercados, hipermarcados, cadenas de descuento, grandes almacenes por secciones y, más recientemente, centros comerciales integrados. (La Vaguada, Eroski-Ruta de la Plata).

-Autoservicios y supermercados, adaptación del comercio minorista a la nueva situación.

-Las cadenas de descuento. Se trata de superservicios (250 a 500 m²) pertenecientes a almacenes mayoristas.

-Hipermercados, reúnen los requisitos de la demanda: son superficies de venta de más de 2.500 m², aparcamiento de vehículo privado, emplazamiento periférico; lo que abarata el precio del suelo y permite la fácil accesibilidad. Actualmente existen en nuestro país 160 hipermercados, cifra inferior a los países europeos (R. Unido 600, Francia 800). Mientras que en la CE se contabilizan 263 m²/ hab., y en España sólo alcanza los 132 m² / hab. Se prevé que el potencial de instalación de estas grandes superficies se halla en 400.

Al previsible aumento de la concentración empresarial se le une el control por parte de empresas extranjeras de la distribución alimentaria en España. Las principales cadenas de distribución están dirigidas por grupos franceses: Pryca (Carrefour) Alcampo (Samu Auchan) y Continente (Promodes). Esta última es también accionista mayoritaria de los supermercados Dia, adoptando así una estrategia de control de distintas formas comerciales y alternativas de compra por parte del consumidor. Solamente las excepciones de Hipercor, Mercadona y el grupo Eroski confirman esta regla general.

3º. LAS ÁREAS DE MERCADO.

En el espacio territorial español, e independientemente de los límites administrativos provinciales, se ha construido lo que se ha denominado *áreas comerciales: espacios geográficos cuya población se dirige con fuerte preponderancia a una localidad importante en el citado espacio para la adquisición de artículos de uso no corriente, entendiéndose como tales los que no son bienes de primera necesidad.(R. Tamames).

El factor distancia, que es el que actúa en las decisiones de los flujos comerciales (modelos geográficos de áreas comerciales), está distorsionado en el caso español por: el medio físico y los transportes. La topografía variada y accidentada crea dificultades de comunicabilidad, y unos transportes en condiciones muy variadas de frecuencia, eficiencia y calidad modifican la accesibilidad a los núcleos de mercado. Las áreas comerciales en España se pueden agrupar en estas grandes regiones de intercambios:

- Galicia, con clara concentración en **La Coruña** y **Vigo**.
- Nortecantábrica, donde despuntan varios núcleos: **Bilbao** y **Gijón-Oviedo**.
- Nordeste, donde se dan las cuotas de mercado más altas por habitante. **Barcelona** constituye el gran área de negocio comercial, seguido de **Zaragoza** (Aragón).
- Levante, casi en prolongación con la anterior aunque su significación económica es menor. Destaca las áreas de **Valencia** y **Alicante-Elche**.
- Meseta, presentan una cuota baja de mercado excepto **Madrid** y **Valladolid**.
- Andalucía, cuyo principal núcleo aglutinador de la actividad comercial es **Sevilla**, aunque también destacar **Granada**, **Málaga-Costa del Sol** y **Cádiz-Algeciras- La Línea**.

III. COMERCIO EXTERIOR

1º. EL DEFICIT DE LA BALANZA COMERCIAL

Se entiende por ***balanza comercial** la relación entre las compras al exterior o importaciones y las ventas al exterior o exportaciones. Si el valor de las ventas y el de las compras es equivalente, decimos que la balanza comercial está equilibrada. Cuando ocurre que el valor de las importaciones es mayor que el de las exportaciones, la balanza se desequilibra y decimos que es deficitaria. En el análisis del comercio exterior español de mercancías, se observa que el total de las importaciones realizadas durante los últimos 30 años fue siempre superior al conjunto de las exportaciones, es decir, se produjo un **déficit crónico en la balanza comercial**.

a/ La liberalización del comercio exterior.

Al término de la guerra civil (1939) se acentuó la política proteccionista debido a las circunstancias internacionales y a las características del régimen de Franco. El sistema económico español alcanzó un alto grado de autarquía y se caracterizó por el escaso volumen del intercambio con el exterior. Fue a partir de 1959, con la liberalización parcial de las importaciones, cuando este panorama cerrado empieza a alterarse.

En España, la liberalización progresiva de las importaciones a partir de 1959 llevó de forma lógica al déficit de la balanza comercial: las necesidades de importar materias primas y maquinaria eran enormes y urgentes y las posibilidades de exportar, en un mercado basado en la competencia, muy pequeñas. No hay duda de que la liberalización de las importaciones introdujo, en la anquilosada industria española, una saludable dosis de competitividad que obligó a plantearse la reestructuración y modernización de las empresas y aceleró el ritmo de las mejoras tecnológicas necesarias.

b/ Estructura comercial exterior.

Como ya hemos advertido la balanza comercial española es deficitaria, es decir es mayor el valor de las compras (importaciones) que el de nuestras ventas. En 1992 el déficit exterior era de más de 30.000 millones ya que nuestras compras y ventas se distribuyen así:

Importaciones: petróleo y derivados, materias primas, maquinaria pesada y de precisión y algunos alimentos (carnes, soja, maíz).

Exportaciones: en la década de los 60-70 se centra en productos alimentarios (agrios, aceite y vinos), manufacturas (barcos, herramientas y calzado), mientras que ya en la actualidad las ventas afectan productos industriales, material de transporte, maquinaria, productos metálicos y textiles.

c/ Distribución geográfica del comercio exterior.

En los últimos años parece que nuestro comercio exterior se está diversificando geográficamente y está alcanzando cotas de internacionalidad económica.

- **Unión Europea y Norteamérica**, ahora se han reforzado vínculos mercantiles con todos los países del mundo: Asia, África y especialmente con Latinoamérica.

- **Latinoamérica** (Méjico, Venezuela y Colombia) especialmente por la dependencia energética, ha sido la nota comercial más relevante en esta última década por afinidad cultural, lingüística e histórica y por supuesto económica (Telefónica, Endesa, etc)

- Ensanchamiento comercial de las políticas económicas liberalizadoras ha convertido al mundo en un "pequeño mercadillo"(Rusia, China, Sudeste asiático, Próximo Oriente, etc.)

2º. LA BALANZA DE PAGOS

La balanza de pagos comercial es sólo una parte del conjunto de los intercambios entre los países que mantienen relaciones comerciales. En ella, se refleja el conjunto de los intercambios de bienes o mercancías. Además de éstos, se producen también intercambios económicos de tipo monetario. En las estadísticas se agrupan en dos grandes conjuntos:

a) Un primer conjunto está formado por el pago de todos aquellos servicios que se ofrecen a otros países, o que se reciben de ellos, como pueden ser los derivados del turismo, de los "royalties" por transferencia tecnológica, etc.

b) El segundo bloque de transferencias monetarias provienen de los movimientos de capitales entre países y de las transferencias individuales. Ejemplos de **movimientos de capitales** son: las entradas de divisas destinadas a la inversión en empresas o las divisas destinadas a las compras de terrenos o inmuebles. Las **transferencias individuales** representan un desplazamiento de dinero de un país a otro, como las transferencias de los emigrantes o, de forma clandestina, la fuga de capitales.

El resultado o saldo final de la balanza de pagos hasta el año 1986 ha sido positivo porque hay unas partidas que han compensado el déficit de la balanza comercial. Sin embargo en los últimos años los saldos son negativos. Las partidas, que han ayudado a compensar los saldos negativos del comercio, han sido principalmente los ingresos obtenidos gracias al desarrollo del sector turístico, las inversiones de capitales extranjeros y las remesas de divisas hechas por los emigrantes:

a) Los **emigrantes** que marcharon a trabajar a los países ricos de Europa remitieron regularmente dinero a sus familiares, de manera que estas **divisas** ayudaron a nivelar la balanza de pagos.

b) Las **empresas multinacionales** penetran en nuevas áreas de mercado e invierten en empresas ya existentes o instalan nuevas empresas.

c) El **turismo** es una exportación invisible, ya que se trata de pagar servicios, en vez de bienes o mercancías, ofrecidos por el sector turístico. Las divisas que dejan los turistas en España representan unos ingresos considerables.

EL SISTEMA DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES EN ESPAÑA.

El transporte constituye un **factor de desarrollo regional** al hacer a las regiones más o menos accesibles, más o menos atractivas para la actividad económica. El papel del transporte en el desarrollo económico ha sido el de disminuir el efecto de la distancia ha permitido aumentar el área accesible. En ese sentido se insiste más en la necesidad de tender hacia el desarrollo de redes de transporte equilibradas que repartan adecuadamente la accesibilidad por todo el territorio (Comisión de las Comunidades Europeas, 1991).

1º. RASGOS BÁSICOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE.

Paralelamente al desarrollo económico de las tres últimas décadas, las comunicaciones peninsulares han mejorado con respecto a antaño, pero las actuaciones más importantes se han localizado en regiones económicas más dinámicas -desarrollo concentrado- con lo que hoy día aparecen fuertes disparidades espaciales en la red viaria (un nordeste peninsular y Levante bien articulado mientras que el oeste peninsular presenta deficientes infraestructuras viarias). La importancia del transporte en la economía española puede medirse a partir de estas importantes magnitudes:

- Participa en el PIB con un % próximo al 6%.
- Ocupa al 5% de la población activa ocupada, con tendencia a incrementarse.
- Consume más de 1/3 de los productos derivados del petróleo.
- Presenta superávit en la balanza de pagos.

La actual red de comunicaciones española presenta tradicionales y nuevos problemas en su articulación:

1º. Impedimento natural. El compartimentado relieve ibérico, la elevada altitud media de la península (660 mts.) y su carácter accidentado determinan una menor densidad de la red y elevado coste de inversión en el desarrollo y conservación de la red viaria. En cuanto a los Pirineos es cara al exterior la dificultad de las vinculaciones terrestres con Europa.

2º. Compleja infraestructura de comunicaciones.

Como consecuencia del obstáculo físico nuestra organización territorial viaria se caracteriza por la dificultad de su trazado. La **configuración radial** (con centro en Madrid y radios hacia los puertos principales y fronteras) fue obsesiva a partir de la centralización política de los Austrias. El trazado terrestre (ferroviario y carreteras) consolida este afán centralizador político e inicia los desequilibrios regionales en favor de la periferia costera y de Madrid frente a un interior aislado y abandonado a cualquier posibilidad de desarrollo comercial e industrial



3º. Necesidad de fuertes inversiones. Los rasgos anteriores en cierta lógica económica repercuten en un encarecimiento de toda política de ordenación territorial para conseguir un transporte fácil y rápido.

Las inversiones en materia de transporte deben orientarse a ofrecer nuevas potencialidades a aquellos espacios menos desarrollados, favoreciendo la atracción de actividades económicas. La política de transportes se convierte en un instrumento clave en la ordenación del territorio.



4º. La primacía de la carretera en los tráficos interiores.

Uno de los rasgos esenciales de las sociedades desarrolladas es la alta movilidad de personas y bienes, frente al carácter localista de las sociedades tradicionales. El transporte por carretera es el principal protagonista del transporte interior, viajeros (90% del mercado) y de mercancías (75%).

5º. La descentralización de las competencias. La construcción y consolidación del Estado de las Autonomías ha posibilitado un reparto de responsabilidades, también en materia de transportes y comunicaciones. El Estado se reserva el control sobre el transporte internacional e interregional (Ministerio de Fomento).

6º. El carácter periférico de las redes españolas en el contexto europeo. España en el extremo suroeste del continente ocupa una posición periférica con la C.E. Los obstáculos naturales (mar y cadenas

montañosas), así como las deficientes infraestructuras no hacen sino aumentar los costes de conexión y agrava el proceso de equiparación económica con el resto de los países europeos.

EL TRANSPORTE POR CARRETERA

El predominio actual de la carretera en nuestro transporte terrestre es evidente a pesar del avance reciente del ferrocarril. Los rasgos más sobresalientes de la red de carreteras son estos:

La disposición de los ejes principales sobre el territorio muestra un **tejido radial**, consolidado en el Plan de Carreteras 1984-91, presidido por los seis circuitos que concluyen en Madrid (N-I Madrid - Irún, N-II Madrid- Barcelona, N-III Madr- Valencia, N-IV Madrid-Andalucía, N-V Madrid-Extremadura, N-VI Madrid-La Coruña), y un sistema periférico que atiende a la mayor parte del litoral mediterráneo y atlántico.

Los turismos participan en el 80% del total de transportes de viajeros por tierra y se observa una constante alza en la **intensidad de tráfico** con tres puntos sobresalientes (Madrid, Barcelona, Bilbao) y varios circuitos recargados (Madrid-Irún, Cornisa cantábrica, autopista del Mediterráneo, Costa del Sol, Valle del Ebro, autopistas Canarias etc.) en los que se alcanzan magnitudes de hasta 25.000 vehículos de i.m.d.(intensidad media diaria).



El desarrollo futuro de la **red de gran capacidad** (autovías y autopistas) queda recogido en el Plan de Infraestructuras de 1993 del MOPT, que contempla las actuaciones previstas en materia de carreteras hasta el año 2007, que incide en el desarrollo de los ejes transversales: en sentido N.-S. las autovías proyectadas de la Ruta de la Plata y Somport- Sagunto; en sentido E.-O. nuevos tramos de autovías en los ejes del Cantábrico (Santander-Oviedo), Camino de Santiago (León-Burgos), litoral sur (Cádiz-Algeciras) y Valencia - Lisboa (Ciudad Real-Utiel). Además se acometerá la construcción de ciertos tramos de autovías de carácter radial no incluidos en el plan anterior: accesos a Galicia, Santander, Andalucía oriental y Murcia, y ya finalización de la autovía Madrid-Valencia. En definitiva, las actuaciones previstas en el nuevo plan pretenden atenuar la radialidad de la red, que resultará más mallada. Así estos nuevos ejes transversales capatarán parte de los tráficos que antes discurrían por los ejes radiales, contribuyendo a su descongestión.

Entre los **problemas** más acuciantes están: la mejora del trazado y de los firmes, el aumento de los costes de mantenimiento y ampliación de la red, la subida de los carburantes, congestión señalada por algunos aforos, la contaminación, la corrección del centralismo viario, etc.

LA RED DE FERROCARRILES

Durante la 2ª mitad del siglo XIX y los comienzos del XX el ferrocarril era el principal modo de transporte. El ferrocarril era sinónimo de progreso porque sacaba del aislamiento a los núcleos por los que pasaba abriendo nuevas perspectivas de desarrollo. Pero la competencia del automóvil lo ha relegado a un segundo plano. Ante una demanda que se mantiene estacionaria y unos costes de explotación muy elevados, las empresas ferroviarias se enfrentan a una grave situación financiera. Los déficits mayores se producen en las líneas de carácter secundario, lo que ha llevado al cierre de un cierto número de tramos en los últimos años; por contra, las mejores perspectivas de crecimiento corresponden a los trayectos de largo recorrido. Nuestra red de ferrocarriles presenta estos caracteres:



❖ **1º estructura radial de la red.** La longitud total de la red es escasa en relación a la superficie del país, pero similar a la media comunitaria en relación a la población.

❖ **2º. El futuro de la red española de ferrocarriles.** La baja densidad, el carácter radial de la red y las dificultades orográficas son responsables de unos altos índices de rodeo en las comunicaciones por ferrocarril. Hoy en día el tiempo de viaje es el punto más débil de la oferta ferroviaria española en los servicios interurbanos de media y larga distancia. Los objetivos del Plan de Infraestructuras se centran en:

- de manera prioritaria **reducir los tiempos de viaje** en los principales itinerarios.
- **ampliación de la red de alta velocidad (AVE).**

Se realizó la ampliación del tramo a Sevilla (1992) al de Barcelona-Francia y Zaragoza-P. Vasco-Irún en el 2007. Otra cuestión es si la demanda actual y la previsible a corto y medio plazo justificaron unas inversiones tan cuantiosas.

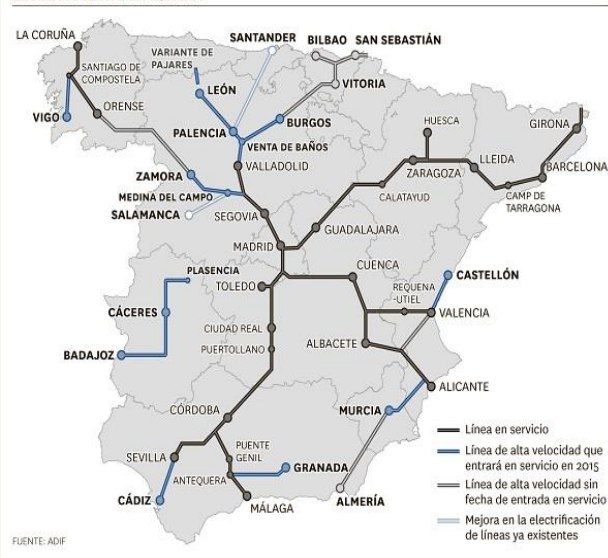
- **mejora de las actuaciones (tiempo y conservación)** en las líneas férreas convencionales de largo recorrido.

3º. La integración de España en la red europea de ferrocarriles.

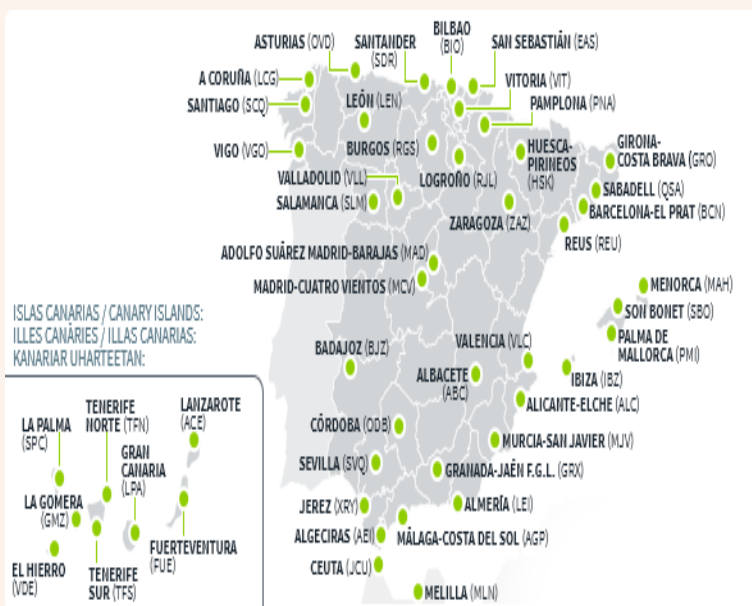
Las conexiones de la P. Ibérica con el resto de Europa son aún más difíciles por ferrocarril que por carretera: las dificultades topográficas (Pirineos) y nuestro ancho de vía distinto al estándar europeo. Las ventajas de la adaptación al ancho europeo serían innegables desde el punto de vista económico, pero las dificultades aparecerían en el corto y medio plazo: inversiones cuantiosas, amplitud temporal de obras, incomodidad en el servicio de viajeros al exigir frecuentes traslados, etc. Ante esta situación, se ha tomado una decisión de compromiso: adoptar el ancho europeo de momento en la red de alta velocidad. La problemática continúa abierta.

4º. La situación actual del ferrocarril en España. La pertenencia de España a la UE ha obligado a modernizar infraestructuras y a apostar por la última tecnología ferroviaria. (AVE). Hoy en día, el ferrocarril resulta menos competitivo que el europeo, en este sentido su futuro pasa por la necesidad de potenciar el transporte de cercanías en las áreas metropolitanas, por desarrollar el transporte de viajeros a distancias medias, e incrementar las líneas de alta velocidad (AVE), que hasta el momento tiene en funcionamiento la línea Madrid-Sevilla y Madrid-Barcelona, que habrá de completarse con Barcelona-Francia; está en funcionamiento desde 2010 la línea Madrid-Albacete- Valencia; y en proceso de ejecución Madrid-Lisboa, por Extremadura.

EL MAPA DEL AVE EN ESPAÑA



LA RED AEROPORTUARIA.



El transporte aéreo ha experimentado un desarrollo muy rápido en los últimos años, resultando especialmente competitivo sobre distancias medias y largas. Es en el transporte de viajeros en el que el avión ofrece más ventajas, ya que en el de mercancías el sobrecoste es característico. Los viajes de negocios y el turismo constituyen los dos segmentos principales de la demanda de transporte aéreo. La red aeroportuaria española se caracteriza por:

1º. **Concentración periférica de aeropuertos.** España posee 36 aeropuertos comerciales de los cuales la mayoría se encuentran en las costas (concentraciones urbanas) e islas (problemas de insularidad y factor turismo). En el interior sólo destaca Barajas.

2ª. **Jerarquización del sistema aeroportuario español.** Madrid-Barajas,

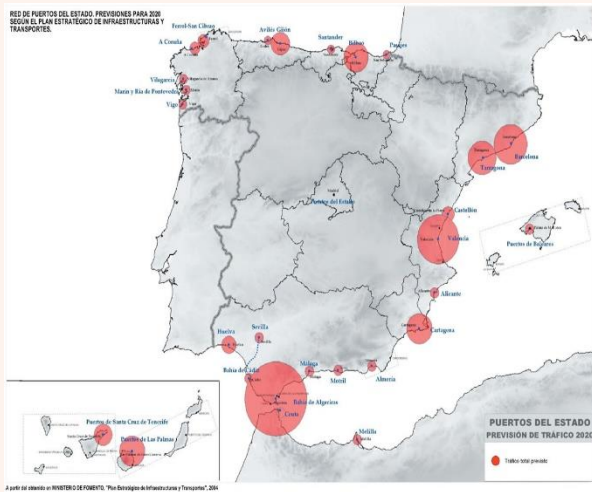
Barcelona-El Prat, Palma de Mallorca -Son Sant Joan constituyen los grandes centros de tráfico aéreo (más del 50%). Se trata de dos grandes metrópolis (vuelos nacionales) y del principal centro turístico (vuelos internacionales -charter-). Con un tráfico de intensidad media se encuentran Valencia, Sevilla, Bilbao, Málaga, Alicante y Tenerife.

3ª. La **organización funcional.** Los **enlaces aéreos** son más importantes que los tráficos, aunque a veces coinciden. dentro de las relaciones **interiores** destaca el puente aéreo (Madrid-Barcelona) y en las **exteriores** (Europa y Latinoamérica): Madrid, Barcelona, Palma y Tenerife.



LA RED PORTUARIA.

Las instalaciones portuarias han tenido siempre una gran **importancia económica**. Tradicionalmente las ciudades-puerto eran espacios abiertos al exterior, que recibían innovaciones de todo tipo y fomentaban el desarrollo de actividades comerciales. Hoy los puertos siguen manteniendo su vitalidad humana y económica: el 86% de las importaciones y el 66% de las exportaciones se realizan a través de las instalaciones portuarias.

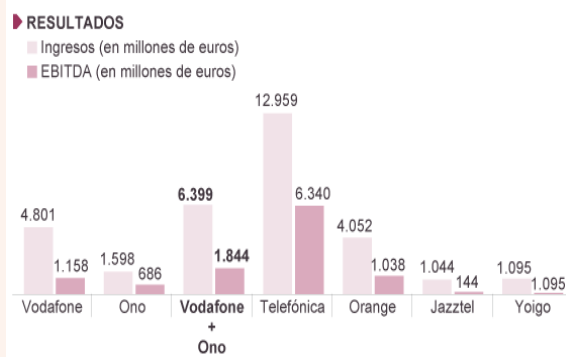


El frente costero (casi 8.000 kms. de litoral) presenta algunos buenos puertos naturales (bahías, rías, etc) como los de Vigo, Cartagena, Mahón, Cádiz, Palma, etc., aunque por lo general nuestras costas son poco accesibles y resguardadas. En España funcionan actualmente 191 puertos principales, de los que 29 sobresalen por su importancia y régimen especial. Entre los **grandes puertos** sobresalen once: Bilbao (25,2 millones de tm. de mercancías en 1992), Cartagena, Santa Cruz de Tenerife, Barcelona, Gijón, Algeciras, Huelva, Tarragona, La Coruña, Castellón y Avilés.

Esta importante actividad se enfrenta hoy con las siguientes **dificultades**: balanza de fletes, encarecimiento de costos de combustibles, necesidad de reestructuración de unidades y puertos, integración con los otros sistemas, ampliaciones (superpuerto de Bilbao), tarifas y financiación, etc.

LAS TELECOMUNICACIONES.

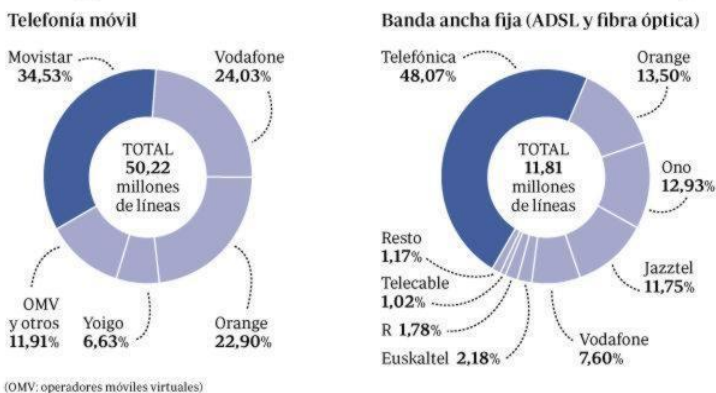
GRUPOS DE TELECOMUNICACIONES EN ESPAÑA



se supeditan a ella:

- ❖ **Ampliación de la red española de telecomunicaciones.** Así la cobertura de telefónica ha experimentado un ascenso rápido respondiendo a demandas sociales y económicas. Hoy día es un subsector en alza en todos los países desarrollados y se utiliza como indicador socioeconómico; en España la principal multinacional en el subsector es TELEFONICA (entre los 15 primeros operadores del mundo), apreciándose además importantes diferencias a nivel regional en materia de equipamiento y acceso al subsector de las comunicaciones.

Radiografía del sector de las telecomunicaciones en España



- ❖ **La configuración espacial de los flujos telefónicos.** La distribución espacial de los flujos telefónicos en España responde a un modelo marcadamente jerárquico, las principales áreas metropolitanas son las que más flujos reciben: Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Vizcaya concentran la mitad de los flujos telefónicos recibidos.



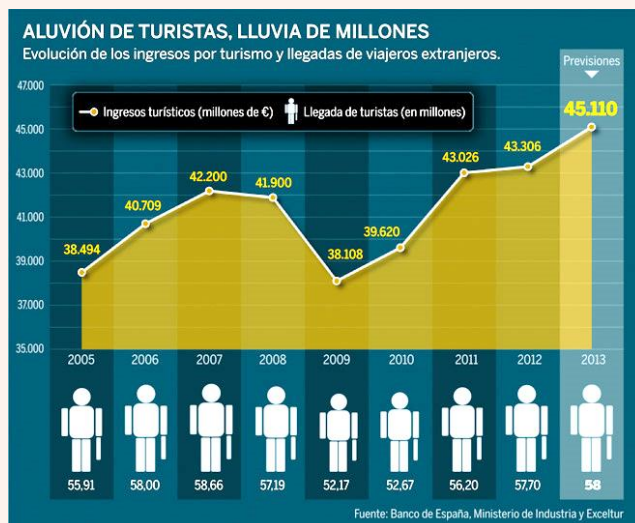
I. EL DESARROLLO DEL TURISMO

El turismo es un fenómeno reciente, pues es, a partir de la década de los años 50 y 60, cuando experimenta el mayor empuje, convirtiéndose en un fenómeno de masas propio de toda sociedad desarrollada. En la actualidad, acogemos a más de 60 millones de turistas al año, que se reparten por costas e interior de la península, si bien predomina aún la **concentración periférica y estival**, se están experimentando, de un modo paralelo, al proceso modernizador de la economía española una especialización en los servicios turísticos y una diversificación y calidad de la oferta.

1º. Importancia del turismo.

El desarrollo turístico ha propiciado la creación de numerosos puestos de trabajo, la obtención de divisas, al tiempo que ha generado negocios y empresas, influyendo en el desarrollo de las comunicaciones, en el equipamiento de muchas zonas, y ha favorecido la adopción de nuevas ideas y costumbres. También ha creado problemas debido, sobre todo, a la falta de planificación por parte de los poderes públicos.

Cabe recordar que, junto con las remesas de los emigrantes y las inversiones extranjeras, el turismo es uno de los elementos fundamentales del desarrollo económico español. Entre los años 1960 y 1973 los ingresos de divisas procedentes del turismo representaron entre un 25% y un 30% de los ingresos totales de la balanza de pagos. Actualmente, aún sin llegar a estas cifras, los ingresos por turismo mantienen su importancia con algo más del 10%.



2º. Las áreas turísticas españolas y la procedencia de turistas.



Antes del "boom" de los años 60, y cuando el turismo afectaba a un número limitado de personas, los lugares que recibían más visitantes eran Madrid y sus alrededores monumentales (El Escorial), Sevilla, Córdoba, ciertas playas, como la de San Sebastián, y algunos lugares de la Costa Brava y de Mallorca.

Con el desarrollo del turismo de masas, los lugares antes citados mantienen su atracción, pero ahora son las playas, los centros que reciben a millones de visitantes en vacaciones. La ocupación del litoral no es uniforme y se concentra en las zonas secas y soleadas, por lo que el litoral mediterráneo y las Baleares, durante el verano, y las Canarias, a lo largo de todo el año, reciben un gran número de turistas.

La procedencia de turistas ha pasado de una concentración masiva en su origen (Francia, Reino Unido, Alemania y Países escandinavos) a una importancia creciente de otros países: Italia, Países Bajos y Estados Unidos, que mantienen las tendencias tradicionales de destinos peninsulares centrados en Baleares, Canarias, Cataluña, Levante y Andalucía.

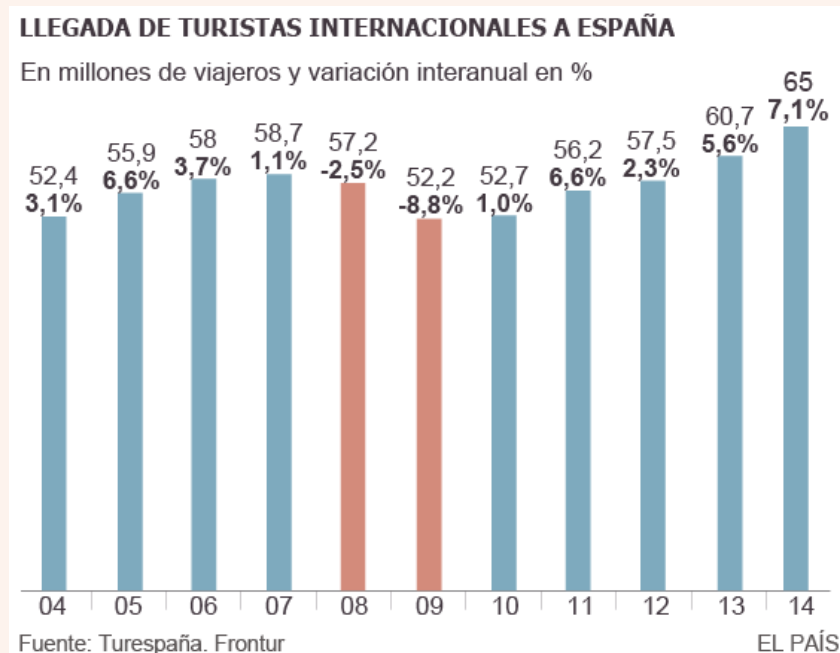
3º. Consecuencias de la falta de planificación turística.

Durante los años sesenta, el turismo resultó un negocio muy rentable. Pero pronto se demostró que para atraer turistas era preciso entenderse con las grandes agencias de viajes extranjeras ("**colonialismo turístico**": tours operators), las cuales tienen capacidad para movilizar a grandes masas de turistas ofreciendo viajes a bajo precio. Estas agencias aseguran clientes pero con ellas se obtienen pocos beneficios porque los turistas pagan poco y las agencias cobran comisión, al retener las divisas en casi el 50% de beneficios.

El sector del turismo, hasta 1975, estaba englobado en el Ministerio de Información y Turismo. Ésto limitaba su política turística al favorecer la descontrolada afluencia masiva de visitantes (**turismo de masas**) y a promover la caótica construcción de hoteles en primera línea de costa (**impactos paisajísticos**), sin tener en cuenta una distribución racional ni un planteamiento lógico de las zonas turísticas, preocupado casi exclusivamente en obtener divisas.

La afluencia de turistas comportó la venta de terrenos, el crecimiento del sector de la construcción, de las agencias de viajes, la mejora de los transportes, la instalación de comercios, cafeterías, restaurantes, salas de baile, etc. Todo ello produjo riqueza y trabajo. Sin embargo, la urbanización intensiva, en muchos casos, ha contaminado las playas. Sólo se ha estado atento a la **especulación** y al beneficio inmediato, que han alterado notablemente la belleza paisajística de nuestras costas.

LA SITUACIÓN EN LA ACTUALIDAD



Se han levantado muchas voces diciendo que este tipo de turismo no interesa. Conviene ofrecer servicios adecuados a un turismo de más calidad, menos numeroso, que compense las molestias que ocasiona y los servicios públicos que utiliza. También se discute la conveniencia de una excesiva dependencia del turismo, porque, si bien proporciona divisas, es inseguro, varía en gran medida con las modas y se ve muy afectado por cualquier crisis económica o política.

Otro problema importante, de índole económico-social, es su **estacionalidad**, dado que la temporada turística es corta y crea problemas de trabajo y de rentabilidad de las instalaciones. Además hay que tener en cuenta otros hechos como el clima, el período vacacional amplio (verano) y, sobre todo, la supeditación a motivos superficiales: sol y playas (diversión estival). Para solucionar este problema se intenta diversificar los atractivos y, así promocionar el turismo no estacional. Así en los últimos años nos encontramos con una serie de **flujos turísticos**, se pueden clasificar en varios tipos, según el destino y/o la intención del turista:

LLEGADA DE TURISTAS EN 2013

	TOTAL Turistas	Variación interanual (%)
TOTAL	60.661.073	5,6
Reino Unido	14.327.277	5,2
Alemania	9.854.760	5,8
Francia	9.525.432	6,9
Países nórdicos	4.874.749	16,9
Italia	3.251.019	-8,1
Holanda	2.617.460	2,2
Bélgica	1.873.221	10,1
Portugal	1.670.545	-8,5
Rusia	1.581.785	31,6
Suiza	1.487.256	3,0
Irlanda	1.270.038	6,8
Resto de Europa	2.931.072	6,2
Estados Unidos	1.194.948	-3,6
Resto de América	1.878.226	-0,3
Resto del mundo	2.323.286	10,7

❖ **Turismo litoral.** Es el tradicional en nuestro país desde los años cincuenta; se trata de un turismo masivo que se basa en la búsqueda de sol y playa. Las Comunidades de la costa mediterránea y los archipiélagos canario y balear constituyen los principales destinos turísticos en esta modalidad. a bastante distancia de la costa atlántica. El desarrollo de esta modalidad precisa de grandes inversiones en todo tipo de infraestructuras, que han contribuido a transformar profundamente el paisaje.

❖ **Turismo de montaña.** Es una modalidad menos masificada que tiende a incrementarse. Se basa en el disfrute de los valores naturales y paisajísticos que ofrece la montaña tanto en invierno como en verano, destacando las áreas cantábrica, pirenaica y bética, principalmente.

❖ **Turismo cultural.** Esta asociado a la visita de lugares de interés histórico, artístico-folclórico; es de gran importancia en aquellas áreas que cuentan con ricos patrimonios

arquitectónicos (Sevilla, Barcelona, Granada, Madrid, Bilbao, etc) y/o que desarrollan actividades culturales de prestigio internacional (olimpiadas, festivales. certámenes, etc). En esta tipología se encuentra el Camino de Santiago.

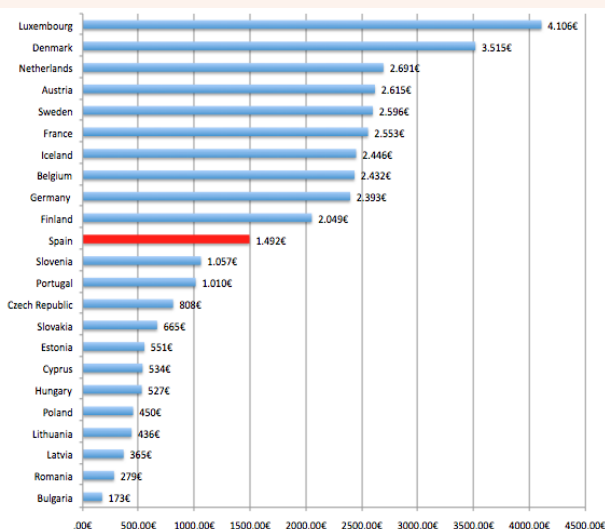
❖ **Turismo rural.** Modalidad que ha adquirido gran expansión en las últimas décadas; se basa en el contacto permanente con la naturaleza, en el conocimiento de arquitecturas tradicionales y folclores locales, y en gran medida surge como interesante alternativa a las masificaciones que pueden generar otras modalidades turísticas.

❖ Existen otras formas de turismo mas específicas que generan importantes ingresos a sus empresas promotoras: **turismo de aventura** (parapente, piragüismo, escalada), el turismo vinculado a los **parques temáticos** (Port Aventura, Isla Mágica, Terra Mítica). y el turismo de **salud** (balnearios), que combinan tratamientos terapéuticos con el ocio y el contacto con la naturaleza.



V. OTROS SERVICIOS

1º. Servicios sociales: sanidad y educación.



Absolutamente todos los países desarrollados, sus constituciones democráticas, y la propia Declaración Universal de los Derechos Humanos contemplan a la sanidad y a la educación pública como derechos fundamentales.

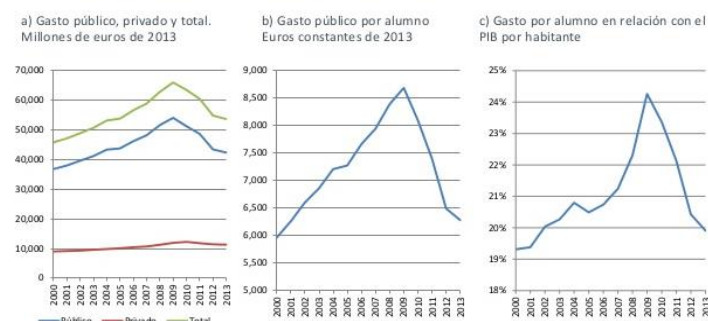
- **La sanidad pública.** En España se destina aprox. el **8% del PIB** (ligeramente por debajo de la media europea). Es servicio básico que se complementa con la oferta sanitaria privada. En España el servicio sanitario público pretende estar próximo al usuario (consultas, residencias, hospitales) y ofrecer a los ciudadanos información precisa sobre temas sanitarios de interés (vacunaciones, charlas, campañas de difusión, etc); este servicio se gestiona con fondos públicos a través de la Seguridad Social, se financia con fondos procedentes de los empresarios, trabajadores y del los Presupuestos Generales del Estado; gran parte de los gastos

de la Seguridad Social se destina a pensiones de jubilación.

- **La educación.** Servicio básico que cuenta también con oferta pública y privada, la red pública educativa se gestiona en España a través de las CCAA, asistiendo en la última década a la ampliación de edades y de oferta educativa y formativa, En España se destinaba aproximadamente el 5,2% del PIB a la educación, y el número de estudiantes universitarios continúa creciendo, ampliándose además la oferta académica. En estos últimos años de políticas más restrictivas ha disminuido considerablemente la inversión en educación.

Gasto público en España: nivel y trayectoria

Evolución del gasto en educación en España. 2000-2013



2º. Servicios Financieros.

	MARGEN BRUTO			RESULTADO		
	2014	2013	Variación %	2014	2013	Variación %
liberbank	937	881	6,3	110	48	129,1
Bankia	3.964	3.630	9,2	986	512	92,7
CaixaBank	7074	6.632	6,7	746	503	48,4
BancSabadell	4.400	3.977	10,6	362	248	46,1
Santander	42.145	39.753	6,0	5.954	4.370	36,3
bankinter.	1.445	1.375	5,1	293	215	36,1
BBVA	21.148	21.397	-1,2	2.667	2.228	19,7
POPULAR	3.885	3.707	4,8	273	325	-15,9

Expansión Fuente: Facset

Sirven para canalizar y gestionar los movimientos de dinero, en los países desarrollados su importancia es clave en todos los aspectos: bancos, bolsas de valores y otros intermediarios financieros (compañías de seguros) canalizan y gestionan el dinero a través de **tres operaciones básicas**:

- **Pasivas.** Deudas del banco con sus clientes (cuentas corrientes).
- **Activas.** Créditos o deudas de los clientes a su banco (préstamos, hipotecas, tajetas de crédito, etc.)
- **Servicios.** Productos que los bancos ponen a disposición de sus clientes (transferencias, domiciliaciones, cajeros automáticos, etc).

En España, en los últimos años asistimos al proceso de **fusión financiera**, destacando entidades como el BSCH y el BBVA que se sitúan entre las 25 mayores instituciones financieras del mundo y extienden sus influencias a nivel intercontinental (Latinoamérica). En Cajas de Ahorro destacan CaixaBank y Caja Madrid (Bankia). La pertenencia a la UE ha traído consigo la presencia de la banca extranjera en nuestro país.