

EL SECTOR TERCIARIO

Aquel que no produce bienes materiales. También se llama sector servicios porque cubre necesidades de la población.

Los servicios pueden ser:

- Públicos
- Privados
- Mixtos *

Ocupa a más del 60% de la población activa (explicar si es síntoma de desarrollo o no).

1.-Clasificación del sector terciario

- Terciario económico: servicios relacionados con el desarrollo de la economía
- Terciario del bienestar social: relacionado con el bienestar de la sociedad
- Terciario direccional: actividades relacionadas con la dirección, la planificación y el control (también se llama sector cuaternario)

2.- Proceso de terciarización

- 1959-1975: crecimiento sobre todo del secundario
- 1975-1985: sector que más creció debido a la crisis del petróleo.
- Desde 1985: etapa expansiva.

3.- Causas de la terciarización

- Progresiva industrialización que impulsa el crecimiento de los servicios
- Auge del turismo
- Aumento del nivel de vida
- Aumento de los servicios públicos
- Creciente incorporación de la mujer al trabajo
- Cambios en el mercado de trabajo
- Servicios a las empresas

4.-Distribución del sector terciario

- *Desequilibrios territoriales
- El grado de terciarización del empleo es mayor en las comunidades especializadas en turismo (Canarias, Baleares, Andalucía) y centros rectores .

- Es menor en las comunidades con mayor peso relativo agrario (La Rioja, Navarra, Castilla-La Mancha).
- Peso desigual:
 - Servicios destinados a las empresas dominan en Madrid, Barcelona, Vizcaya, Zaragoza
 - Servicios relacionados con el consumo: Comunidad Valenciana, Murcia, sureste andaluz, Canarias y Baleares.
 - Servicios escasamente cualificados: todo el territorio

5.- COMERCIO

- **Voc:** intercambio de mercancías entre un vendedor y un comprador. Actividad que ofrece los excedentes de productos y servicios a los consumidores. Puede realizarse dentro de las fronteras del propio país (comercio interior) o fuera de ellas (comercio exterior).
- **Voc:** mercado: lugar físico donde se realizan los intercambios, por extensión, mecanismo utilizado por compradores y vendedores para determinar el precio y la cantidad de productos o servicios que se intercambian.
- **Comercio exterior:**
 - **Voc: exportación*:** venta de productos nacionales al extranjero
 - **Voc: importación*:** compra de productos extranjeros por un país.
 - **Voc. balanza comercial:** diferencia entre exportaciones e importaciones. En España, tradicionalmente deficitaria.
 - **Voc. balanza de pagos:** documento que registra las operaciones económicas de un país con el resto del mundo durante un periodo de tiempo, anotando los ingresos y los gastos de cada operación, de cuya diferencia surge un saldo positivo o negativo.
 - **Exportaciones:** pierden importancia los productos del sector primario a favor de los bienes industriales semielaborados, de equipo y bienes de consumo
 - **Importaciones:** productos energéticos, industriales y agrarios.
 - ***Áreas de comercio exterior:**
 - Han cambiado tras la entrada en la UE, que ha pasado a ser la principal compradora de productos españoles y la principal suministradora. Balanza comercial deficitaria.
 - Deficitaria con Asia, África y América del Norte
 - Saldo favorable con América del Sur.
 - ***Política comercial:** influenciada por:

- Establecimiento del mercado único con la UE
- Los acuerdos suscritos con la OMC (rebaja de los aranceles de los productos agrarios y de los industriales para los terceros países).
- Se trata de favorecer las exportaciones mediante:
 - Organización de ferias y exposiciones
 - Viajes institucionales
 - Concesión de créditos para establecer redes comerciales en el exterior.
 - Planes de formación de los empresarios en comercio exterior
- **Comercio interior**
 - **Factores de localización:**
 - Transporte: entre el productor, el comerciante y el consumidor
 - Mercado de consumo amplio y con poder adquisitivo
 - **Áreas comerciales**
 - **Voc:** espacios geográficos cuya población va a comprar a una localidad.
 - Determinadas por los factores de localización
 - Madrid, Sevilla.
 - **Estructura*:**
 - Cambios en los canales de distribución
 - Cambios en el consumo (no compra diaria)
 - Cambios en la forma de pago
 - **Tipología**
 - Comercio al por mayor o mayorista (voc): se encarga de comprar bienes en grandes cantidades, los almacena y los distribuye al minorista. En los últimos años ha crecido en su implantación.
 - Busca emplazamientos centrales: Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid.
 - Comercio al por menor o minorista a al detall (voc): compra al mayorista y vende directamente al consumidor. Contrastan:
 - Comercio tradicional: Establecimientos pequeños, dirigidos por empresarios individuales, con pocos empleados y, habitualmente, familiar.
 - Crisis
 - Nuevas formas comerciales: grandes superficies
 - Grandes centros comerciales

- Hipermercados
- Grandes almacenes
- Supermercados y autoservicios
- Galerías comerciales
- Cadenas de descuento
- Cooperativas de consumo
- Agrupaciones de minoristas
- Franquicias
- Ventas por correo y TV
- **Formas de influir en el consumo:**
 - Marketing
 - Facilidades de pago
 - Publicidad
- **Política comercial*:**
 - **Plan Marco de Modernización del Comercio Interior de 1995:**
pretende incrementar la competitividad del comercio minorista
 - **Ley de Comercio Minorista de 1996:** implanta la libertad de empresa y de establecimiento comercial, regulando diversos aspectos

6.- COMUNICACIONES

- Sector innovador y que más ha avanzado
- **Servicios postales:**
 - Afectado por la competencia de los servicios de mensajería y las nuevas telecomunicaciones.
- **Redes telefónicas:** distribución espacial que responde a un modelo jerárquico.
- **Prensa**
- **TV**
- **Internet**
- **Radio**

7.-TRANSPORTE (POWER POINT)

8.-TURISMO

- **Turismo (voc)*:** actividad que lleva implícito un desplazamiento temporal de residencia y objetivos de ocio.

- **Turistas (voc)*:** pernoctan al menos una noche y tiene una estancia superior a 24 horas
- **Excursionistas (voc)*:** no pernoctan, su estancia es inferior a 24 horas.
- **Tour operadores (vo)*:** compañías mayoristas que integran todas las fases del negocio turístico.
- **Clasificación del turismo:**
 - Según el lugar de origen de los turistas:
 - Turismo exterior
 - Turismo interior
 - Según la actividad turística:
 - Según las características de los turistas
- **Factores del desarrollo turístico español**
 - **Factores externos:**
 - Crecimiento económico de Europa Occidental tras la II Guerra Mundial: Estado del bienestar
 - Progreso del transporte
 - **Factores internos:**
 - Antiguos:
 - La situación geográfica
 - Clima, paisajes y playas
 - Atractivo cultural
 - Bajo coste: precios atractivos tras la devaluación de la peseta de 1959.
 - Facilidades estatales: Plan de Estabilización.
 - Aparición de complejos hoteleros y agencias de viajes
 - Nuevos:
 - Amplia demanda interna
 - Calidad de la oferta
 - Diversificación
 - Recursos humanos cualificados
 - Mejora de las infraestructuras de transportes
 - Promoción (estatal, autonómica, local)
 - Inestabilidad política en zonas competidoras
- **Modelo turístico tradicional***
 - Turismo de playa: abundante oferta, clientela masiva de poder adquisitivo medio o bajo

- Presencia de tour operadores
- Amplia oferta de alojamientos y de recreo
- Demanda internacional en continuo crecimiento: importancia de las casas en propiedad.
- Demanda nacional: aumentando desde la década de los 60
- **estacionalidad turística (voc.):** concentración de la demanda turística en ciertos meses del año. Ahora se está desestacionalizando.
- **Crisis del modelo tradicional y turismo alternativo***
 - **Causas de la crisis**
 - Predominio del turismo de nivel medio-bajo
 - Oferta turística de otros países
 - Dependencia de los tour-operadores internacionales
 - Deterioro medioambiental
 - **Nueva política turística** que se plantea:
 - Potenciar el turismo de calidad
 - Mejorar la oferta, fomentando nuevas modalidades de turismo:
 - Turismo de salud
 - Turismo de montaña
 - Turismo de la tercera edad
 - Agroturismo o turismo verde
 - Parques temáticos
 - Turismo de aventura
 - Disminuir la dependencia del exterior
 - Compatibilizar el desarrollo del turismo con la calidad medioambiental.
- **Áreas turísticas:**
 - **Áreas o zonas turísticas (voc):** espacios turísticos relativamente homogéneos, con una importante afluencia de turistas tanto extranjeros como nacionales:
 - Baleares y Canarias, litoral mediterráneo.
 - **Puntos turísticos (voc):** núcleos aislados basados en atractivos diferentes:
 - Estaciones de esquí, ciudades como Madrid, Barcelona, Segovia, Salamanca, Granada, Toledo
- **Impacto del turismo*:**
 - **Repercusiones demográficas:**
 - En las áreas litorales crece la población
 - En algunas zonas rurales ha frenado el despoblamiento

- **Repercusiones económicas:**
 - Creación de empleo
 - Efecto multiplicador
 - Compensa la balanza comercial
 - Aporta más del 12% del PIB
 - Influye en la política de transportes
 - Trasvase de rentas entre regiones.
- **Repercusiones políticas, culturales y sociológicas**
 - Fomenta los contactos entre culturas
 - Incide en los modos de vida de la sociedad local
 - Afecta a la calidad de vida de los residentes
- **Repercusiones en la ordenación del territorio**
 - Ordena los espacios próximos en función de sus necesidades
 - Alteraciones en el medio y en el paisaje
 - Conflictos con otros usos
- **Repercusiones medioambientales**