

El sector terciario

1. Definición

También llamado sector servicios, agrupa a aquellas actividades que no se destinan a la producción de bienes, sino a la prestación de servicios que son necesarios para que funcionen las comunidades. Son multitud de actividades que, a veces, nada tienen que ver unas con otras: transporte, comercio, servicios sanitarios, educativos, administrativos, culturales, personales, turismo, financieros, ... Últimamente con la entrada en funcionamiento de la telemática se habla de un cuarto sector económico que saldría del tercero y que se ocuparía de todo el área de la informática y las comunicaciones.

Localización e importancia:

Hasta hace aproximadamente 40 años, las **actividades** de este sector se localizaban en el centro de las ciudades; en la actualidad, se prefiere la periferia así, adquieren una mayor movilidad y agilidad en la resolución de problemas. En los países desarrollados es un sector que se encuentra en continuo crecimiento ya que la sociedad demanda mayores servicios al querer aumentar su nivel de bienestar. En los países menos desarrollados aparecen ciertas **actividades** como la venta ambulante que está muy relacionada con el éxodo rural y **actividades** turísticas. Tanto en los países desarrollados como en los subdesarrollados el sector terciario se ve impulsado por proyectos estatales para la mejora de los servicios sanitarios y educativos. Para conocer la importancia del sector terciario en la economía de un país hay que utilizar dos indicadores:

* El porcentaje económico que el sector aporta al PIB. En los países desarrollados está entorno al 50-70% del total. Por debajo del 50% estamos ante países subdesarrollados.

* El número de personas que se encuentran empleadas en este sector respecto del total de la población activa. En los países desarrollados es superior al 50%.

Los servicios más cualificados y avanzados se suelen localizar en grandes áreas metropolitanas formando distritos de negocios.

La cantidad de servicios públicos a cargo del Estado es un índice para valorar el Estado de bienestar de los países

LA TERCIARIZACIÓN

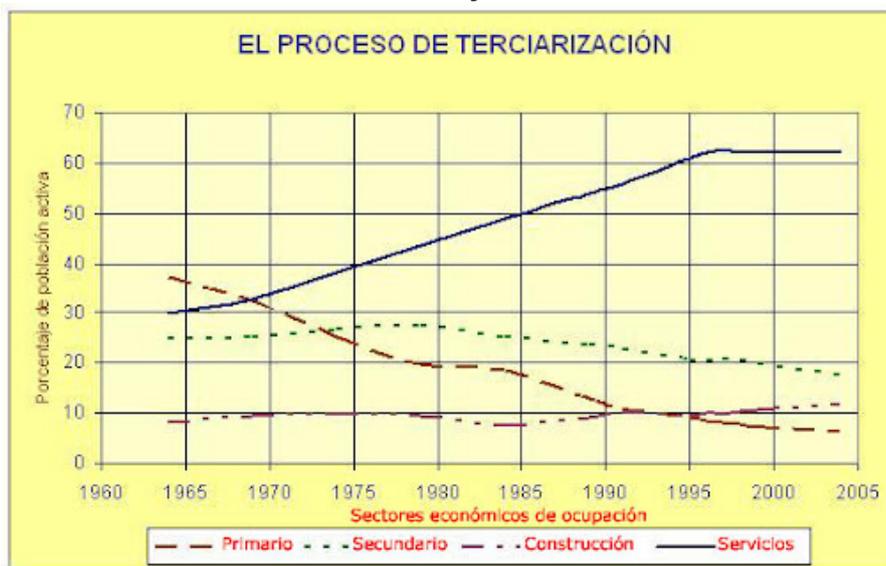
Los espacios terciarios albergan las **actividades** que prestan servicios a la sociedad. De su estudio se ocupa la geografía de los servicios, que

describe y explica el proceso de terciarización, las características del sector y sus principales **actividades**.

Pero, ¿Qué es la terciarización?: Es el proceso por el cual el sector terciario de la economía va ganando peso respecto a los otros dos sectores primario y secundario, hasta convertirse en el sector principal, tanto en población activa ocupada como en la aportación al PIB.

Causas de la terciarización

El dinamismo del sector terciario de la década de 1960 ha dado lugar a la llamada terciarización de la economía española, apreciable en su creciente aportación a la ocupación y el PIB. Las causas del proceso de terciarización han sido muy variadas.



- A. El aumento del nivel de vida. Permite un mayor consumo de servicios y exige que sean cada vez más numerosos y especializados.
- B. Los cambios económicos en los otros dos sectores.

- La mecanización agraria desde la década de 1960 provocó el trasvase de parte de la población agraria al sector terciario. El dinamismo del sector terciario de la década de 1960 ha dado lugar a la llamada terciarización de la economía española, apreciable en su creciente aportación a la ocupación y el PIB.
- La evolución de la industria ha favorecido la terciarización. El desarrollo industrial de la década de 1960 impulsó el crecimiento de servicios, como los transportes y las finanzas. La crisis de 1975 condujo al sector terciario a muchos parados industriales. Y la industria moderna incorpora nuevas tecnologías que reducen la mano de obra y tiende a

terciarizarse, ya que demandan numerosos servicios previos y posteriores a la producción.

C. Los cambios políticos derivados de la creación de la administración autonómica y europea y de la implantación del Estado del bienestar han estimulado servicios como los administrativos, la sanidad y la educación.

D. los cambios sociales han impulsado numerosos servicios. Entre ellos destacan el envejecimiento demográfico (servicios asistenciales y **actividades** de ocio para la tercera edad); el aumento de la población extranjera (nuevos servicios sociales); la disponibilidad de tiempo libre (turismo, hostelería, servicios culturales y de ocio); la incorporación de la mujer al mercado laboral (guarderías, ayuda doméstica), y la demanda de calidad (control de calidad, atención al cliente).

E. La difusión de las nuevas tecnologías crea nuevos servicios (telecompra, teleenseñanza, teleentrenamiento).

Importancia de los servicios



En la actualidad, los servicios desempeñan un importante papel económico-social y establecen fuertes interacciones con el espacio que ocupan.

En el plano económico social, es sector que más contribuye a la ocupación y el PIB (76,3 % y 76,6 % respectivamente en 2014) y aporta bienestar social (sanidad, educación);.

En el territorio, los servicios organizan y configuran el espacio donde se asientan, incluso influyen en su jerarquización, pues la presencia de un servicio destacado hace importante ese lugar Y extiende su área de

influencia. Por su parte, los rasgos físicos, económicos y sociales del territorio influyen en la localización de los servicios, que buscan los emplazamientos más favorables

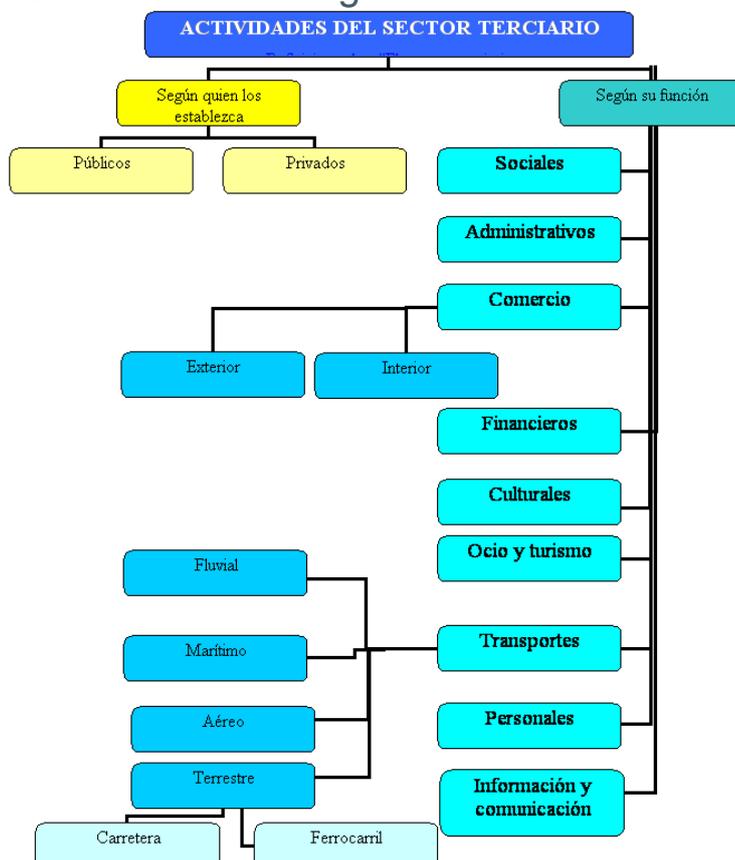
vocabulario

Distrito de negocios: CBD, Distrito financiero (en inglés, central business district o downtown) es el término general con el que se designan las áreas centrales en que se concentran comercios y oficinas... y donde abundan los edificios altos (rascacielos) y que en las ciudades europeas suele coincidir con el casco antiguo y algunas zonas de los ensanches del siglo XIX. Sus calles son las más frecuentadas y accesibles y los precios de las viviendas son altos, aunque la población residente en ocasiones es escasa.

Estado de bienestar: se basa en el ejercicio de la función pública, es decir, la intervención del Estado en la economía y sociedad, para una mayor redistribución de la riqueza que mejora las condiciones socioeconómicas y de salud de la población. En otras palabras, persigue reducir la desigualdad económica y, al mismo tiempo, la desigualdad social.

2. Los rasgos del sector terciario

1. Un sector heterogéneo.



Los servicios son las respuestas que da el ser humano a las necesidades que tiene dentro de su sociedad. Dichas demandas y respuestas serán tanto más complejas cuanto más avanzada sean las sociedades.

Hay muchos tipos de servicios pero todos tienen en común que están desempeñados por profesionales especializados en todas estas funciones.

Algunos servicios son establecidos y organizados por los Estados y otros, son gestionados por empresas privadas. También existen otros, como la sanidad, que a pesar de ser gestionados por el Estado, son complementados por grandes empresas privadas.

2.1.- Clasificación de los servicios.

Podemos clasificarlos desde dos puntos de vista bien diferentes:

a) Según quien los gestiona:

* Servicios públicos: son los que establece el Estado para satisfacer las necesidades de la población y buscar una mejor organización del territorio. Sanidad, Educación y orden público son servicios ejercidos por el Estado. También ofrece otros servicios que resultan poco rentables para la empresa privada como son la red eléctrica, ferrocarril, ... y por último, también se ocupan de controlar el mercado financiero.

* Servicios privados: son los que ofrecen las empresas particulares y atienden a las demandas del mercado. La calidad ofrecida está en relación a la competencia que exista entre las empresas.

b) Según la función que desempeñan:

* Sociales: educación, sanidad, protección social, desempleo, ...

* Administrativos: Son los que ayudan a organizar el Estado y las empresas privadas. Se encargan de la gestión y tramitación de documentos públicos y privados.

* Financieros: Los bancos y cajas de ahorros tienen como función la realización de transacciones y operaciones monetarias (custodia del dinero, concesión de créditos y préstamos, cambio de moneda, ...), así como otras **actividades** que favorecen la movilidad y el intercambio de capitales (Bolsa, compañías de seguros, oficinas inmobiliarias, ...)

* Culturales: museos, bibliotecas, conciertos, cines, teatros, exposiciones, ...

* Personales: son los ofrecidos por las llamadas profesiones liberales (abogados, arquitectos, ...) y el resto de profesionales (fontaneros, electricistas, peluqueros, etc. ...)

* Información y comunicación: radio, televisión, telefonía, prensa, correo.

- * Comerciales: son los que colaboran con el movimiento de bienes producidos y bienes consumidos
- * Transporte: terrestre, fluvial. Marítimo, aéreo, ...
- * Ocio y turismo: son los servicios destinados a **actividades** de diversión y descanso.



Sector terciario superior o cuaternario

Actualmente, el sector terciario sigue aumentando debido a la demanda de servicios relacionados con los avances científicos y tecnológicos aplicados al campo de la microelectrónica, la informática, la bioindustria, la biogenética y la industria espacial, o bien aquellos relacionados con la gestión de grandes empresas.

El conjunto de las **actividades** relacionadas con la técnica y la ciencia se suele decir que forma parte del llamado sector terciario superior o cuaternario. Las personas que trabajan en este ámbito deben tener una buena preparación académica y suelen recibir salarios elevados.

Características:

- Sus **actividades** están relacionadas con el conocimiento. Son tareas imposibles de mecanizar, que generalmente buscan la mayor innovación.
- Se incluyen acciones parecidas a los servicios, como por ejemplo la enseñanza.
- La investigación y el desarrollo suelen ser las acciones más unidas al sector. Trabajan muy unidos al sector terciario, buscando con su investigación la mayor producción de este sector.

- También influye en el primario y secundario, como pueden ser las mejoras agrícolas o mineras.
- Es gracias a las **actividades** del sector cuaternario que muchas industrias clásicas del primario y secundario han logrado evolucionar y poder adaptarse a los nuevos tiempos.
- La mano de obra suele estar altamente preparada y cualificada.
- Al mismo tiempo suele ser un sector con altos sueldos, lo que provoca que este muy relacionado con los países desarrollados.

Gran parte de la importancia que ha tenido este sector en los últimos años se debe a que las empresas actuales buscan cada vez una mayor expansión, es decir, una mejora de su capacidad de producción, y las tareas cuaternarias van muy unidas a esto, siendo el ejemplo más claro el llamado I+D. Las empresas usan estas **actividades** para investigar y así poder reducir los costes y mejorar en todos los aspectos, buscando la mayor rentabilidad posible.

sector terciario banal

El sector terciario banal

¿Qué es?

- Son aquellas actividades que exigen poca preparación y suelen estar mal remuneradas

¿Qué servicios incluimos?

- Servicio doméstico
- Tareas de limpieza
- Venta ambulante



Javier Abadía, Jueves 10 de Julio de 2014

8

Sin embargo, y en contraposición, al sector terciario superior, hay un sector terciario banal dedicado a trabajos que exigen poca preparación y están mal remunerados: los servicios domésticos y de limpieza, la venta ambulante...

3. La estructura del sector terciario

A. La mano de obra terciaria se caracteriza por los grandes contrastes entre personal cualificado y no cualificado; una elevada presencia de mujeres; y una mayor importancia del trabajo a tiempo parcial y de la economía sumergida. Se beneficia que ciertos servicios no son mecanizables o resultan caros, favoreciendo la auto prestación se (bricolaje en lugar de acudir a un carpintero).

B. Las empresas de servicios son en su mayoría pymes y pertenecen al subsector del comercio; aunque también existen grandes empresas con presencia nacional internacional (aseguradoras, financieras)

C. la mecanización de algunos servicios no es posible, lo que favorece el empleo en el sector. Pero la incorporación de las nuevas tecnologías permiten un mejor funcionamiento; nuevas formas de prestarlos (trabajo a domicilio y a distancia); y una personalización cada vez menor (sustitución de las personas por máquinas para atender).

D. La internacionalización se ve favorecida por la liberación mundial del intercambio de servicios y por las mejoras tecnológicas que han facilitado la transportabilidad de ciertos servicios. Así, existen multinacionales de servicios españoles con filiales en otros países; y potentes multinacionales extranjeras con filiales en España..

Localización de las **actividades** terciarias

4. Los factores que influyen en la localización de los servicios son:

- El volumen y la distribución de la población: una población numerosa y concentrada en ciudades atraen los servicios; mientras que la población dispersa deja zonas sin cubrir.
- La existencia de redes de transporte y comunicación que faciliten el acceso a los servicios.
- La frecuencia de consumo: los servicios **básico**, poco especializado y de uso frecuente, se ubican en muchos puntos, al exigir menor umbral de demanda (panadería); mientras que los más especializados y de uso poco frecuente se ubican en pocos puntos y de mucha población, a necesitar un gran umbral de demanda para ser rentables se (joyería).

- El nivel de desarrollo de renta de la población: cuanto mayores, atraen más servicios y más especializados

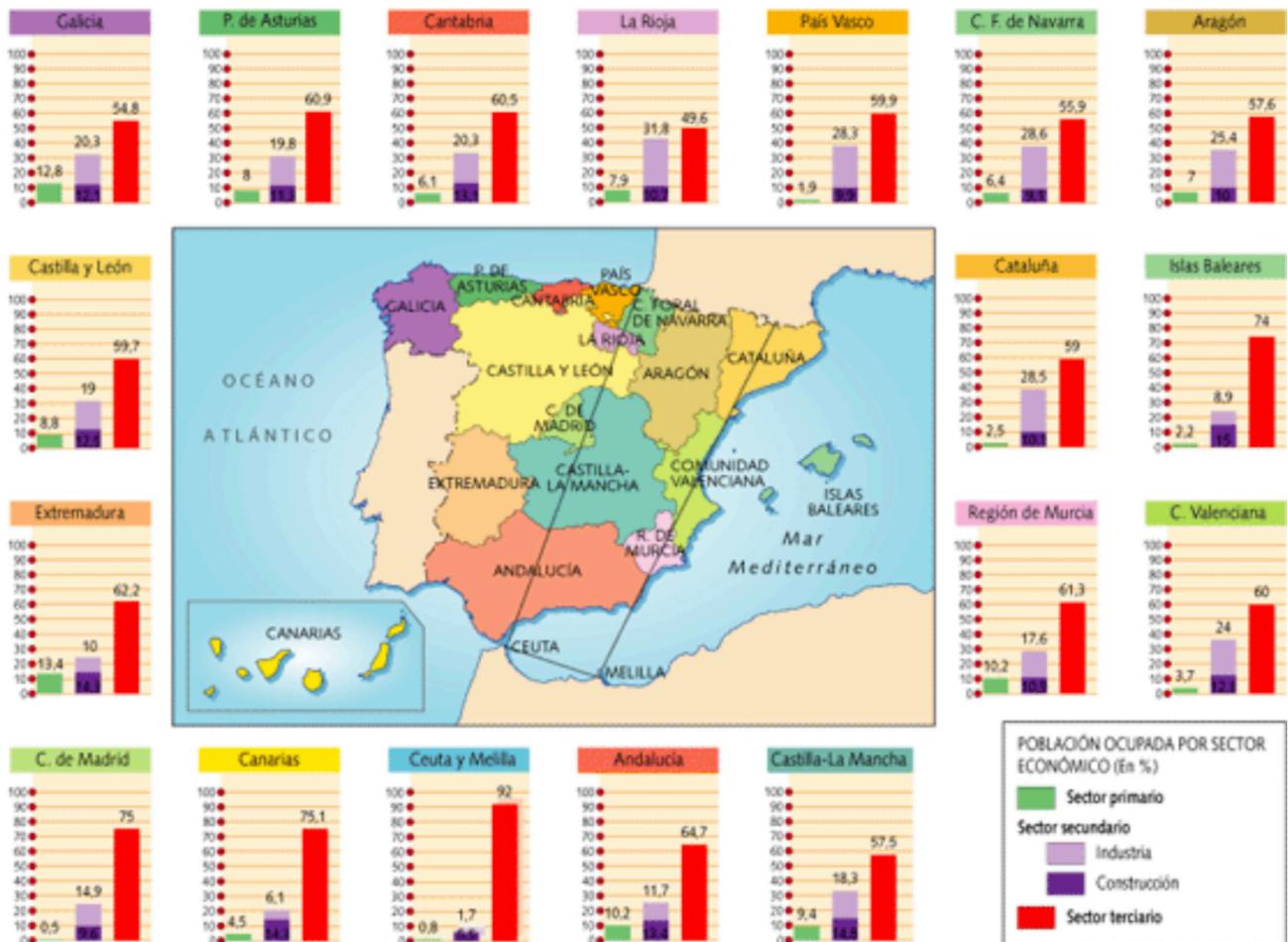
4.1 Tendencias de localización y emplazamiento en España

Hasta la crisis de 1975, los servicios tendieron a concentrarse en la ciudades. Desde entonces, se acentúa las de la difusión de algunos hacia espacios periféricos, a la vez que se mantiene el fuerte atractivo de las principales ciudades.

a) La concentración de los servicios en la ciudades, especialmente en las grandes áreas metropolitanas, se debe a su mejor oferta de consumidores, mano de obra y transporte. Afecta a los servicios adicionales que requieren proximidad al consumidor (comercio minorista) un nivel de demanda alto (servicios especializados); y en la actualidad a los servicios más avanzados y a la sede centrales de las grandes empresas, que sitúan en las áreas más prestigiosas y edificios emblemáticos de los distritos centrales, dado que ocupan poco espacio pueden pagar el elevado precio de suelo.

b) La descentralización de ciertos servicios hacia la periferia de las grandes ciudades; la ciudades medianas y pequeñas; incluso ciertas áreas rurales bien comunicadas se ha intensificado desde la década de 1970 y 1980. Las causas son la suburbanización de la residencia; la mejora de los transportes de las comunicaciones; y algunos problemas de los centros urbanos, como la carestía de los inmuebles, la congestión de tráfico y la degradación social y medioambiental.

La descentralización afecta los servicios que necesitan menos contacto con la población (ciertos servicios a las empresas), menor frecuencia de compra (supermercado), o amplias superficies y suelo barato (universidades, polideportivo). No obstante, en numerosos casos se trata de una desconcentración concentrada, dado que muchos tienden a concentrarse en ciertas áreas de servicios de los lugares a donde se difunden.



4.2 Los desequilibrios territoriales

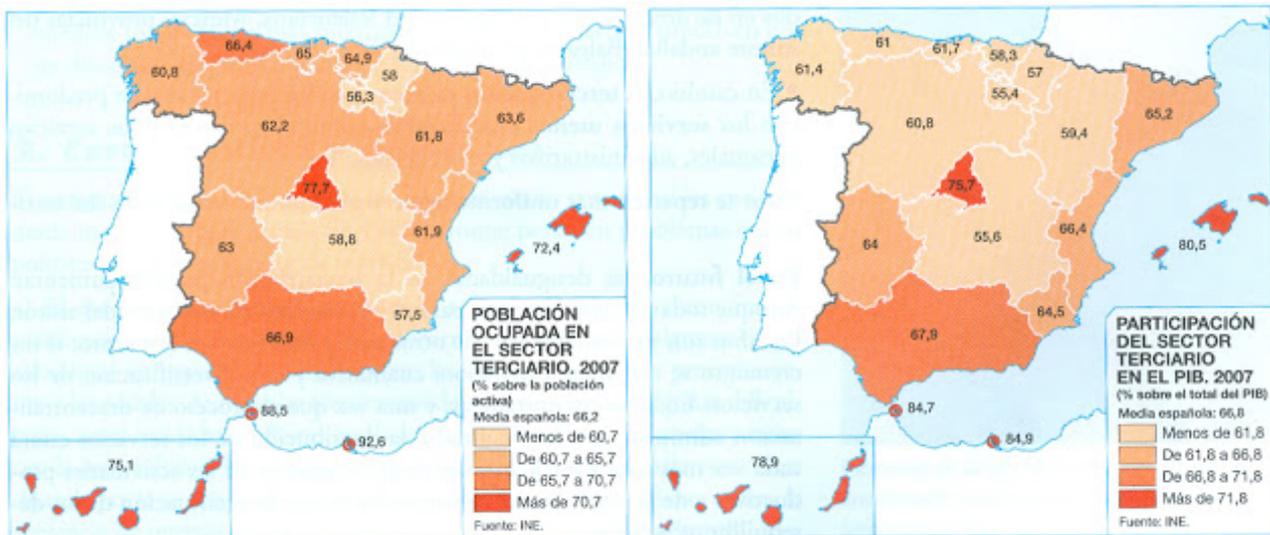
En todas las comunidades autónomas predomina el sector terciario en la ocupación y en el PIB no obstante, existen desequilibrios territoriales que dependen de factores como el volumen de población; el grado de organización; el nivel de desarrollo y de renta, y el peso de los otros dos sectores.

A. La aportación de los servicios a la ocupación es mayor en las comunidades con predominio de servicios poco mecanizados, o de baja cualificación como los turísticos, comerciales, administrativos y personales (Canarias, Baleares, Andalucía). En Madrid, por su papel como capital del Estado, Centro nacional financiero y de mercado, elevada población, y terciarización de su industria. y en Ceuta y Melilla, donde los otros sectores apenas existen. En cambio, el empleo terciario es menor en las comunidades con mayor peso industrial y agrario; y menor nivel de organización, renta y ocupación femenina.

B. la aportación de los servicios al PIB es mayor en las comunidades con predominio de los servicios más avanzados, como los servicios a las empresas y los de alta tecnología se (Madrid); muy polarizadas en el turismo (Baleares, Canarias, Andalucía); o con escaso desarrollo de los otros dos sectores. En cambio, el PIB terciario es menor en las

comunidades con predominio de servicios poco cualificados, como los comerciales, personales, administrativos y asistenciales; o con mayor peso de los sectores primario secundario.

En el futuro, las desigualdades en la terciarización pueden aumentar. Aunque todavía existe margen para el crecimiento cuantitativo del sector, las cifras son ya altas y similares a la de otros países del entorno. Por tanto, su evolución se orientará a mejorar la calidad y la diversificación. Así, la distribución de los servicios estará cada vez más condicionada por el desigual reparto de las **actividades** productivas y de la renta, con el consiguiente riesgo de la acentuación de los desequilibrios existentes



ANAYA, pág. 237

Ejercicios.

1. Realiza un **esquema** de los puntos definición rasgos
2. Explica el significado de estos términos: heterogeneidad, autoprestación, despersonalización y desconcentración concentrada.
3. Comenta los mapas atendiendo a estos puntos:
 - a) Comenta las diferencias territoriales en la terciarización
 - b) Razona si un elevado PIB terciario es sinónimo de desarrollo económico y si existe relación entre las áreas más industrializadas y las más terciarizadas

3. Los rasgos generales del turismo

1. Definición

El turismo es el conjunto de **actividades** desarrolladas por las personas en los viajes y estancias realizados fuera de su entorno habitual por motivos de ocio, negocio u otras razones, durante un periodo de tiempo inferior a un año. Cuando los visitantes realizan una estancia inferior a

24 horas se consideran excursionistas; si pernoctan y la estancia supera las 24 horas, se consideran turistas propiamente dicho.

El turismo incluye tres modalidades: el turismo receptor procedente del extranjero; el turismo interno realizado por los nacionales en el interior del país; y el turismo emisor constituido por los nacionales que viajan al extranjero.

En la actualidad, España es una gran potencia turística. Así, en 2014, ocupaba la tercera posición mundial en turistas recibidos y la segunda en ingresos percibidos

1.1 Causas generales

Una de las **actividades** del sector terciario que ha conocido un mayor crecimiento en los países ricos es el turismo, ya que los habitantes de estos países disponen de recursos y tiempo libre suficientes para desarrollar esta actividad. El crecimiento se debe a:

- La generalización de la semana laboral de cinco días, que da lugar a un largo fin de semana, y de un periodo de vacaciones pagadas al año, por lo que aumenta el tiempo libre.
- La sociedad del bienestar, al cubrir las necesidades básicas y asegurar a los trabajadores pensiones de invalidez y vejez, ha liberado a los trabajadores del ahorro de previsión por lo que estos pueden gastar su salario de otra forma y entrar en la sociedad de consumo.
- La generalización del uso del automóvil y la mejora de la red diaria. También se han extendido los viajes en avión, con precios cada vez más asequibles

1.2 Evolución del turismo y sus factores

Desde sus inicios, a mediados del siglo XIX, hasta la década de 1960, el turismo en España fue escaso. Hasta el primer tercio del XX fue una actividad minoritaria, propia de la aristocracia y de la burguesía; y después, en el aislacionismo internacional del régimen de Franco tampoco lo favoreció.

Sin embargo, desde la década de 1960, el turismo ha alcanzado un enorme desarrollo y se ha convertido en un fenómeno de masas. Los factores de este auge han sido diversos y han ido cambiando con el tiempo, dando lugar a modificaciones del modelo turístico.

1.2.1. El modelo turístico tradicional y sus factores.

Entre la década de 1960 y la crisis de 1975 el turismo español experimentó un fuerte crecimiento.

Los factores de este desarrollo fueron externos e internos.

1. los factores externos:

- El desarrollo económico de Europa occidental y septentrional tras la Segunda Guerra Mundial incrementó la clase media y permitió a los trabajadores disfrutar de tiempo libre y de dinero para el ocio. Para ello, resultaron esenciales la generalización de las vacaciones pagadas y la incorporación de la mujer al mercado laboral.
 - El progreso del transporte facilitó el traslado: sea barato la del avión, mejoró la red ferroviaria y de carreteras, y se generalizó el uso del automóvil.
- b) los factores internos del auge turístico en la década de 1960 fueron:
- la proximidad geográfica de España a la clientela europea.
 - Los excelentes recursos naturales, especialmente lo relacionado con el turismo de sol y playa: veranos calurosos y secos y excelentes playas.
 - Los recursos culturales, que actuaron como complemento de los anteriores: sitio arqueológico, ciudades históricas, monumentos, tradiciones, folklore, gastronomía.
 - El bajo coste debido a la devaluación de la peseta en 1959
 - La existencia de infraestructuras y servicios adecuados: complejos hoteleros, servicio de restauración y agencias de viaje.

La política estatal normalizó la relaciones internacionales, realizó infraestructuras y llevó acabo una intensa propaganda de España como destino turístico, dado que se vio en el turismo el medio de financiar la industrialización y de equilibrar el déficit comercial. Éste hecho explica las prisas en la ejecución de las infraestructuras, que la mayoría de los casos se realizaron sin atender a sus impactos medioambientales.

El modelo turístico implantado en la década de 1960 fue turismo de masas de sol y playa. Se caracteriza por una oferta turística abundante y barata, dirigida a una demanda masiva y homogénea, de poder adquisitivo medio o medio bajo, muy concentrada temporalmente en verano y espacialmente en las zonas de sol y playa del Mediterráneo y de Canarias. También son rasgos característicos de este modelo la despreocupación por el impacto medioambiental de esta actividad y la dependencia de Touroperadores que son compañías mayoristas que integra toda la fase de negocio turístico: contrata alojamiento y transporte para los turistas y llega a controlar los precios, los gustos y las decisiones de la clientela. Debido a la actuación de los Touroperadores internacionales, una parte importante del gasto total de los turistas queda fuera de España.

1.3 La crisis del modelo turístico internacional

Entre 1975 y 1985, el turismo español atravesó una crisis. Aunque crecieron el número de turistas y los ingresos turísticos, el ritmo fue menor que el mundial. Los factores de esta situación fueron:

factores coyunturales: la crisis económica mundial motivada por la subida del precio del petróleo.

Factores de fondo:

- los problemas de la oferta turística española. Los precios en calle encarecieron por la subida de la inflación y de los salarios, si un aumento paralelo de la calidad. Además, faltaba la estación a una demanda, que se hacía cada vez más divertida más diversa (jóvenes, jubilados) y escalonada a lo largo del año, exigiendo una mayor variedad de modelos de modalidades turísticas.
- La demanda creciente de calidad medioambiental, ante el deterioro de algunos destinos.
- La aparición de nuevos destinos turísticos competidores en áreas próximas se (norte de África, Balcanes) y en áreas alejadas (Caribe, sureste asiático y Oceanía).

1.4 La reconversión hacia un nuevo modelo turístico y sus factores

A partir de 1985 se recuperó el ritmo ascendente de turistas e ingresos turísticos, excepto durante los periodos de crisis económicas, como los primeros años de la década de 1990 y de la crisis de 2008.

Los factores de este nuevo auge han sido:

- el ingreso de España en la Europa comunitaria.
- La inestabilidad política en otras zonas competidoras se (Balcanes y países musulmanes del norte de África).

Factores demográficos como el incremento de la Esperanza de Vida; y factores fisiológicos y psicológicos, Como la necesidad de la población urbana de **actividades** nuevas frente a la rutina laboral y el ambiente agitado y contaminado de la ciudades.

El crecimiento del turismo interno gracias a la mejora del nivel de vida. El inicio de la reconversión hacia un nuevo modelo turístico basado en la calidad y la sostenibilidad.

El nuevo modelo turístico se orienta a una oferta de calidad basada en la mejora de los servicios de las infraestructuras; dirigida a una demanda menos numerosa y más diversa; con mayor poder adquisitivo que compense su reducción numérica; y mejor repartida en el tiempo y en el espacio gracias a la oferta de modalidades alternativas al sol y

playa. El nuevo modelo se propone también conseguir la sostenibilidad medioambiental o equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación medioambiental; reducir la dependencia de los Tour operadores internacionales creando agencias españolas; y promocionar el turismo por las administraciones públicas con el fin de crear una imagen de España como destino turístico de calidad y hacer frente a la competencia de otros países.

Esta reconversión turística todavía no ha terminado, por lo que en la actualidad sigue predominando el modelo masivo de sol y playa. Este hecho determina en buena parte las características, la localización y las repercusiones del turismo; y orienta la política turística favorecer la consolidación del nuevo modelo.

3.1. Características del turismo

1 la oferta turística.

- La oferta turística es el conjunto de servicios puestos a disposición del turista. Destacan los vendedores del producto y las instalaciones turísticas.

a) los vendedores del producto son las instituciones que promocionan el turismo en ferias internacionales en oficinas instaladas en diversos países; y las agencias de viaje, que contratan los servicios para los turistas.

b) las instalaciones turísticas cubren las necesidades de alojamiento, manutención y recreo del turista.

- La oferta del alojamiento es muy amplia y se concentra en el litoral mediterráneo peninsular, Baleares y Canarias, aunque crece en el interior peninsular. En 2014 incluya 1,7 millones de plazas en establecimientos hoteleros se (hoteles, hostales y pensiones), en su mayoría de categoría media; y 1,4 millones de plazas en establecimientos extrahotelero (camping, apartamentos turísticos y alojamiento de turismo rural).
- La oferta de manutención incluye los servicios restauración, como restaurantes, cafeterías y bares. Los más visitados son los de dos tenedores, dado el nivel medio del turista.
- La oferta de recreo comprende instalaciones deportivas, parques recreativos y de agua clubs y picos y de golf instalaciones náuticas establecimiento estaciones de esquí, parques nacionales y naturales etc.

2. La demanda turística

La demanda turística es el colectivo que solicita los servicios turísticos. Inicialmente estuvo dominada por el turismo extranjero. Sin embargo, en la actualidad, la demanda interna desempeña un destacado papel.

Turistas internacionales según Comunidad de destino (2014)	
Cataluña	16.814.199
Canarias	11.475.211
Baleares	11.367.224
Andalucía	8.501.991
C. Valenciana	6.233.881
Madrid	4.546.559
Pais Vasco	1.569.745
Galicia	1.050.417
Castilla y León	996.065
Murcia	805.658
Cantabria	369.138
Aragón	327.028
Navarra	261.717
Asturias	236.523
Extremadura	196.283
Castilla-La Mancha	182.612
La Rioja	61.024
Total	64.995.275

Turistas según principales mercados emisores (2014)	
Reino Unido	15.006.744
Francia	10.615.746
Alemania	10.422.055
Países nórdicos	5.044.539
Italia	3.697.702
Países Bajos	2.767.130
Bélgica	2.180.457
Portugal	1.876.524
Suiza	1.632.011
Rusia	1.420.647
Irlanda	1.291.435
Estados Unidos	1.218.617
Total	64.995.275

1. La demanda extranjera responde sobre todo a motivos de ocio y vacaciones. Procede en su mayoría de Europa (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y países nórdicos). Se concentra en la zona de sol y

de playa de Cataluña, Canarias y Baleares, seguidas de Andalucía y de la Comunidad Valenciana, por lo que presenta una fuerte estacionalidad en verano (la estacionalidad turística es la concentración de la demanda turística en ciertos meses del año). Recurre con más frecuencia la reserva de servicios y el paquete turístico (el paquete turístico reserva completa es la reserva previa del viaje que combina al menos dos de estos elementos: alojamiento, transporte y servicios adicionales (visitas organizadas, entradas para espectáculos, etc.) vendido a un precio global e indivisible a través de una agencia de viajes o turoperador. Así, el paquete turístico engloba en un único precio todos los servicios que incluye). Actualmente crece la contratación directa debido al uso de Internet y los vuelos de bajo coste locos y prefiere el alojamiento hotelero, aunque se está incrementando el extrahotelero.

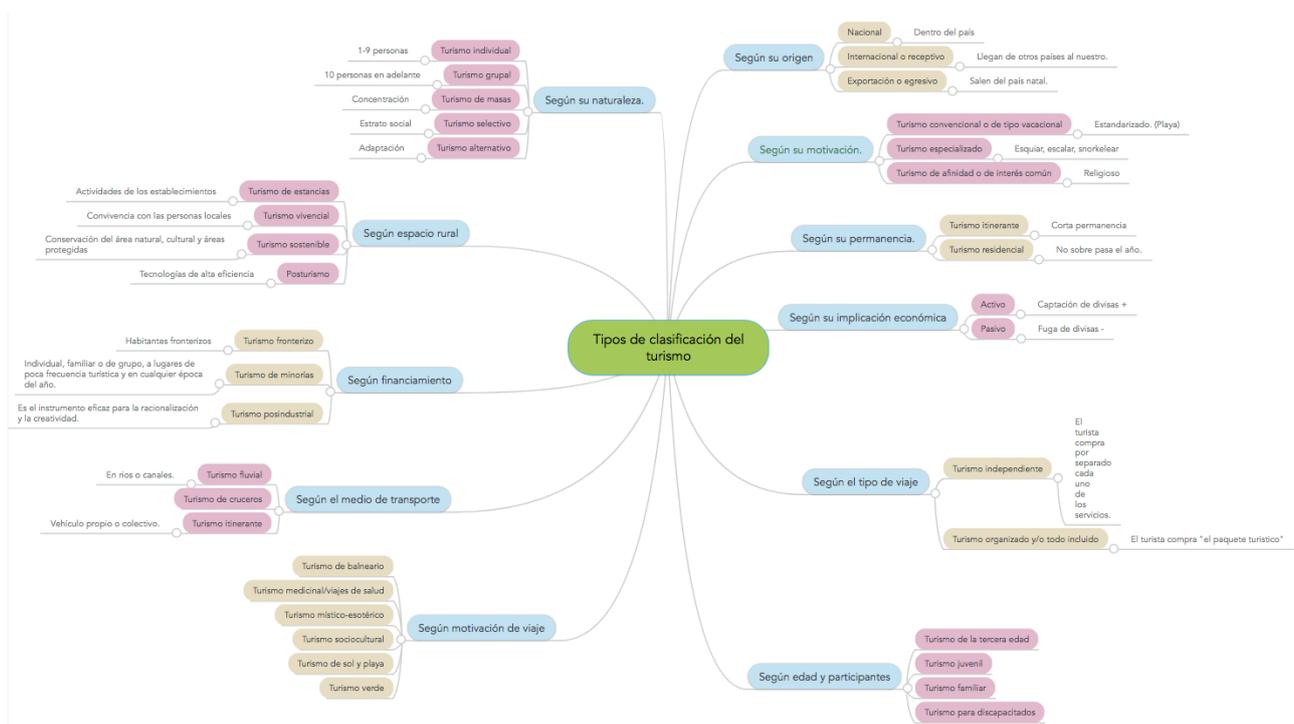
2. La demanda nacional añade a las motivaciones de ocio y vacaciones, las visitas a familiares y amigos. Procede en su mayoría de Madrid, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Se concentra menos en el espacio porque, aunque prefiere la zona de sol y playa de Cataluña, la Comunidad Valenciana y Andalucía, acude también a las

costas del norte peninsular, los pueblos de interior y a las zonas de montaña. Además, presenta menos estacionalidad estival, por la tendencia creciente a escalonar las vacaciones; el desarrollo del turismo de invierno, semana Santa, puentes y fines de semana; y el aumento del turismo social y de la tercera edad. En general, viaja sin reserva o contrata directamente los servicios turísticos, y prefieren alojamiento es todo dinero, como vivienda de familiares y amigos, segunda residencia o apartamento.

Ejercicios:

1. Esquemas del apartado 3 y su subapartado
2. Representa en gráficos los datos de las tablas

4. Tipos de turismo



Los tipos de turismo siguen estando encabezados en España por el sol y playa, aunque desde la década de 1990 cobran importancia creciente otras modalidades, que aprovechan la diversidad de recursos turísticos de España.

Las causas de este hecho son la demanda por la clientela de diversidad y despacio menos saturado; el incremento del turismo nacional a lo largo del año (fines de semana y puentes); y la promoción del turismo como estrategia para el desarrollo de áreas desfavorecidas, como la rurales y de montaña.

1. el turismo de borde de agua tiene como modalidad mayoritaria el turismo costero de sol y playa, aunque existen otras ligadas a ríos, lagos, y embalses. En estas zonas pueden practicarse deportes náuticos, como la natación, el remo, la vela, el surf, o la motonáutica; la pesca; descenso fluviales en canoa, etc.
2. El turismo de montaña es principalmente un turismo de nieve ligado al deporte de esquí. Pero la montaña, por sus valores paisajísticos y sus características, se presta también a la práctica de numerosas **actividades**: excursionismo, senderismo, alpinismo, barranquismo, y deportes de aventura.
3. El turismo ecológico o ecoturismo se centra en la visita espacios naturales protegidos, como parques nacionales o naturales. En ello se combina la protección medioambiental con el uso recreativo sujeto a la reglamentaciones establecidas
4. El turismo rural incluye el alojamiento y la estancia en áreas rurales. Permite disfrutar del descanso, la tranquilidad y la calidad medioambiental; y practica numerosas **actividades**: contacto con las labores agrarias tradicionales; visita a agro museos; compra de productos alimenticios y artesanales tradicionales, etc..
5. El turismo urbano es principalmente un turismo cultural dirigido a la ciudades con patrimonio histórico, artístico y cultural, o declaradas patrimonio de la humanidad (Ávila, Salamanca, Segovia, Toledo, Córdoba). En ellas puede realizarse recorridos urbanos por los centros históricos y visitas a monumentos, museos y exposiciones culturales. Además, está cobrando auge del turismo urbano de negocios en torno a ferias, exposiciones y Congresos, y otras **actividades** complementarias como la fiesta, el folklore y la gastronomía.
6. Otras modalidades turísticas emergentes son el geoturismo en áreas de interés geológico o paleontológico; las visitas a lugares destacados por su patrimonio minero industrial; el turismo de cruceros, y el turismo de compras.

5. Los espacios turísticos y sus repercusiones



Los espacios turísticos son zonas de elevada densidad turística. De acuerdo con su dimensión pueden ser áreas turísticas, de gran amplitud que atraen numerosos turistas extranjeros o nacionales; o puntos turísticos, que son focos aislados, ligados a atractivos concretos, como las estaciones de esquí, los centros de turismo rural y las ciudades históricas.

De acuerdo con su uso, todos estos espacios turísticos pueden ser de temporada, si su estacionalidad es superior a la media (Cataluña y Baleares); O especialmente turísticos, por contar con estancias prolongadas (Canarias, Málaga, Alicante), o con visitas puntuales, pero sin notoria estacionalidad, relacionada con su patrimonio histórico (Granada, Córdoba, Sevilla, Toledo).

Espacios turísticos de alta densidad

las áreas de España con mayor densidad turística son las especializadas en sol y playa y Madrid.

a) las áreas turísticas de sol y playa son las islas Baleares y Canarias, y la costa mediterránea peninsular. Todas ellas reciben una importante afluencia turística basada en sus favorables características climáticas y en sus excelentes playas. No obstante, presentan diferencias entre sí en cuanto al modelo de ocupación del espacio por las instalaciones turísticas (integradas en los núcleos de población preexistentes o creadas de nueva planta) y en cuanto a los tipos de alojamiento (de baja o alta densidad, de categoría media o alta, etc.).

b) Madrid, la capital administrativa definida y financiera del Estado, apenas posee estacionalidad turística y alberga una importante oferta

hotelera destinada al turismo cultural y a un creciente turismo de negocios en torno a ferias, exposiciones, congresos y convenciones. Espacios turísticos de media y baja densidad y puntos turísticos. Las áreas turísticas con densidades medias y bajas y los puntos turísticos están relacionados con la difusión del turismo de sol y playa hacia espacios litorales o prelitoral es próximos y con el crecimiento de otras modalidades turísticas diferentes al sol y playa.

a) Ciertos tramos del litoral y prelitoral mediterráneo y sur atlántico se han incorporado al turismo de sol y playa como resultado de la reestructuración de los espacios costeros tradicionales y de la demanda de espacios menos saturados.

b) El litoral gallego y cantábrico ofrece arias costeras en interiores no masificadas y destacados paisajes rurales y naturales.

c) Los puntos turísticos más visitados son las estaciones de esquí, los centros de turismo rural y la ciudades históricas y artísticas.

En estas últimas predominan las estancias cortas de fines de semana y puentes y las visitas dentro de los viajes de ocio.

5.1 La repercusiones del turismo.

El turismo ocasiona importantes repercusiones en las áreas receptoras. Su de su intensidad es mayor en las zonas turísticas tradicionales del litoral, pero también afectan al resto de las áreas.

Repercusiones demográficas.

En las áreas litorales, el turismo incrementa los efectivos demográficos. En unos casos con adultos jóvenes que buscan trabajo y, en otros, con adultos o jubilados, establecido de forma permanente por motivos empresariales, terapéuticos, o de ocio.

En ciertas áreas rurales y de montaña y en algunas ciudades históricas en declive, el turismo ha frenado el despoblamiento.

Repercusiones en el poblamiento.

En el litoral, el turismo extiende el poblamiento urbano y favorece la formación de conurbaciones. Además, suele provocar alta densidad de construcción y especulación del suelo.

En algunos espacios rurales, de montaña, y urbanos, el turismo ha colaborado a la rehabilitación del patrimonio edificado.

Repercusiones económicas.

- El turismo crea empleo. En España genera en torno al 12 % de la ocupación (2014), tanto en servicios turísticos como mixtos, para turistas y no turistas, dado que muchos no pueden mecanizarse y requieren mano de obra abundante y poco cualificada, que es la

más afectada por el paro. No obstante, gran parte de este empleo es estacional.

- Proporciona riqueza. El turismo aporta en torno al 11 % del PIB (10,9 % en 2014); Y frena el endeudamiento externo (en 2014 y cubrió con su superávit el 276 % del déficit comercial). Sin embargo, a veces ocasiona una subida excesiva de los precios que repercute negativamente en la población residente.
- Influyen las **actividades** económicas de las áreas turísticas. En unos casos, ejerce un efecto multiplicador, pues la demanda turística impulsa a otras **actividades** (agricultura, industria, construcción, **transporte y comercio**); o revitaliza la artesanía y otras **actividades** tradicionales locales. En cambio, en otros casos, el turismo casi no necesita especialización de las **actividades** más demandadas por los turistas, favoreciendo el abandono de las tradicionales, como las agrarias; o entra en conflicto con otras **actividades** por el uso de ciertos recursos naturales como el suelo o el agua.
- Mejora la dotación de servicios, equipamientos e infraestructuras como los transportes. Así, el turismo ha sido determinante en la creación de la autopista del Mediterráneo, que une las áreas receptoras con las emisoras europeas. También ha contribuido a ampliar y modernizar algunos aeropuertos y a potenciar los vuelos irregulares o chárter, que abaratan los costes y adaptan su frecuencia itinerarios a la demanda. Asimismo, ha aumentado la capacidad portuaria para embarcaciones recreativas y deportivas, por su atractivo para el turismo de más nivel. No obstante, una masiva afluencia de turistas puede saturar el uso de estos servicios infraestructuras en ciertas épocas del año, mientras que en otras épocas se encuentran infrautilizadas.

Repercusiones políticas y culturales y sociológicas.

El turismo fomenta el acercamiento político entre los pueblos y el contacto entre diferentes sociedades y culturas. Éste hecho repercute positivamente cuando potencia la visibilidad internacional de España y favorece el entendimiento político y la modernización social; y negativamente cuando supone la pérdida de costumbres y las señas de identidad propia.

Repercusiones en la ordenación del territorio.

El turismo tiende a ordenar el espacio próximo en función de sus necesidades.

En el litoral convierte el entorno en superficies recreativas (complejos deportivos, parque de atracciones) o de abastecimiento (agua, alimentos, materiales de construcción). Este hecho altera el entorno por la construcción de las infraestructuras exigidas: pantanos, canteras, por mi movimiento de tierra para el transporte, etc..

En las áreas rurales y de montaña y en los cascos antiguos de las ciudades históricas puede favorecer el abandono de algunas **actividades** tradicionales e impulsar la especialización del espacio en otras al servicio del turista: artesanía local, recuerdo, alojamiento, restaurante.

Repercusiones medioambientales

En las áreas litorales, la repercusiones medioambientales del turismo provienen de su fuerte desarrollo un poco tiempo, en un espacio reducido, y en un momento en el que apenas existía preocupación medioambiental. Las consecuencias fueron el levantamiento de grandes bloques de hoteles y apartamentos junto a las playas; los de la organización incontrolada en espacios naturales de gran valor, con la destrucción de bosques y de ecosistemas; la contaminación atmosférica, de las aguas y de las playas; el exceso de ruido; y la combinación de un gran volumen de residuos.

En las áreas rurales y de montaña y en los cascos antiguos de las ciudades históricas, la repercusiones medioambientales del turismo han sido menores. Sin embargo, en ocasiones también han producido efectos indeseados, como la alteración de paisajes agrarios tradicionales; la deforestación y el aumento de la erosión en la zona de montaña donde se construyen estaciones de esquí; la presión sobre los recursos naturales; y el deterioro del patrimonio histórico y cultural.

5.2 Los problemas del turismo y la política turística.

El turismo español sufre en la actualidad algunos problemas derivados del predominio del modelo tradicional y de la competencia de otros países. La política turística trata de resolverlos en coordinación con las comunidades autónomas, que tienen competencia de otros sobre esta actividad; y con la Unión Europea, que trata de impulsarlo como forma de crear empleo, atraer divisas y redistribuir la renta entre los estados miembros.

El predominio del modelo turístico tradicional y el fomento de un nuevo modelo.

El modelo turístico de sol y playa sigue siendo el predominante. Sus problemas tratan de atajarse fomentando un nuevo modelo basado en la calidad y la sostenibilidad.

El predominio de la oferta abundante y barata trata de reorientarse hacia una oferta de calidad. Sus bases son la mejora de las infraestructuras con proyectos de modernización integral de los destinos maduros; y la mejora de los servicios a través de la formación profesional en el sector.

La clientela masiva y homogénea de poder adquisitivo medio y bajo trata de contrarrestarse con la búsqueda de una clientela menos numerosa y más diversificada, de mayor poder adquisitivo, que compense su reducción numérica.

La concentración espacial y estacionalidad del turismo ocasiona una excesiva aglomeración en ciertas áreas; Y una saturación estival de las infraestructuras con pérdida de calidad, mientras que su escaso uso el resto del año dificulta la amortización del capital invertido. Por tanto, es necesario promover un mejor reparto espacial y temporal de turismo, mediante la oferta de modalidades alternativas al sol y playa, como turismo de compras; y mediante la incorporación de nuevas clientelas menos estacionales, como la de la tercera edad.

La dependencia de los Tour operadores extranjeros que reducen los beneficios económicos trata de solucionarse mejorando la comercialización del turismo. Para ello se fomenta la creación de Tour operadores nacionales y el uso de nuevas tecnologías como Internet para facilitar una participación más directa de la clientela en la organización de su viaje: información, realización de reservas y compras.

El aumento de la competencia internacional y el impulso de la promoción.

El turismo español se enfrenta también a un aumento de la competencia de otros países debido a la mejora de los medios de transporte y a la búsqueda de destinos no masificados.

Este problema trata de contrarrestarse mediante la renovación turística; la promoción del turismo en ferias internacionales (Fitur, Berlín), oficinas turísticas en países extranjeros y redes sociales; los planes para atraer al mercado emergente; la fidelización de la clientela, generando incentivos a la repetición; y el asociacionismo de las empresas turísticas.

Así, a pesar de los problemas señalados, España ha incrementado su competitividad turística y en 2015 liderada por primera vez el ranking de

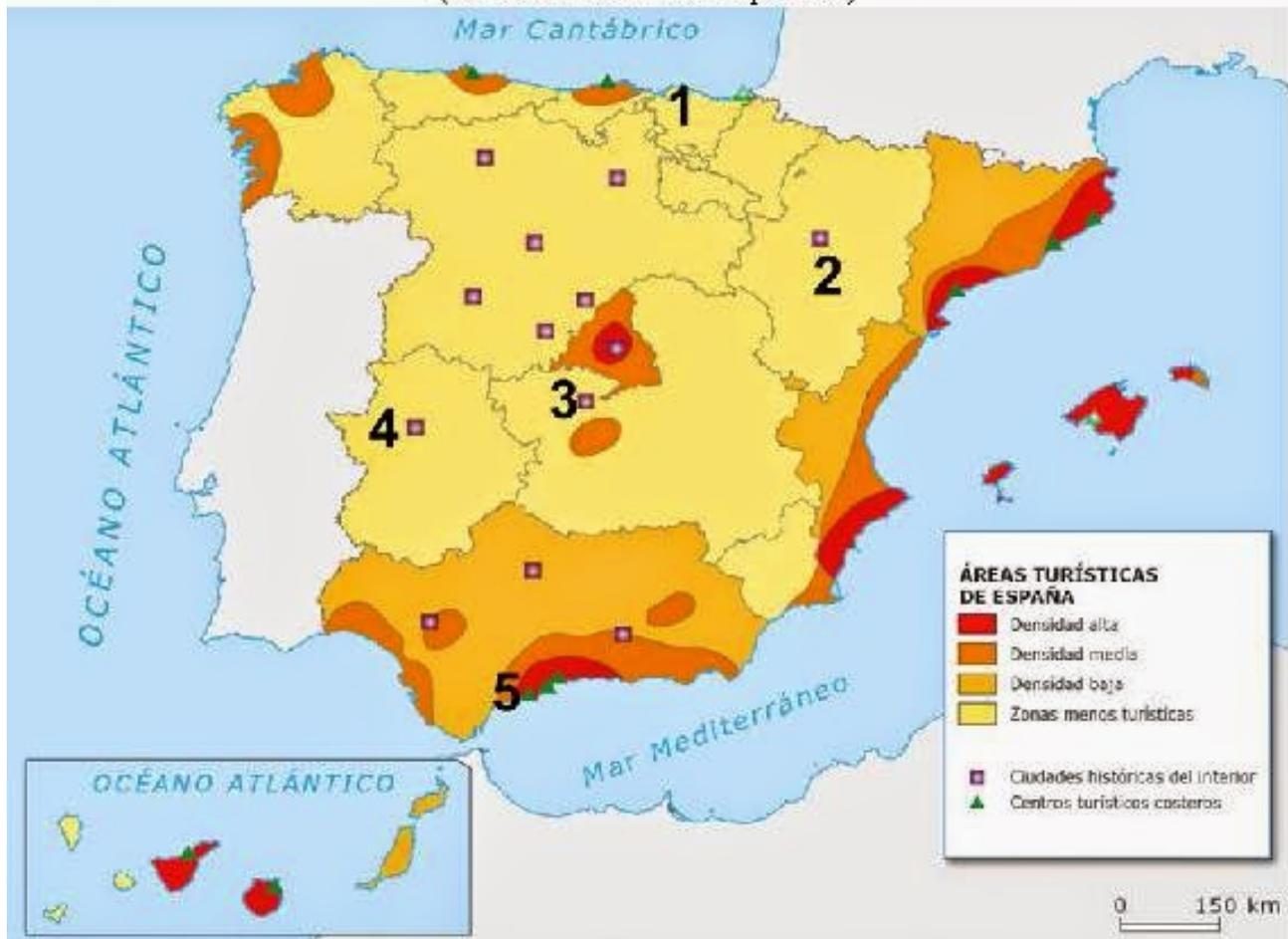
la competitividad en viajes y turismo establecido por el foro económico mundial, en el que participaban 141 países

62

2. En el mapa siguiente se representan las áreas turísticas de España. Analícelo y responda a las siguientes cuestiones:

- Localice en el mapa las ciudades señaladas con los números 1, 2, 3, 4 y 5. (Hasta 1 punto).
- Señale y describa las características de las áreas de densidad turística media y alta en Andalucía. (Hasta 1 punto).
- Desarrolle y comente las causas de la desigual densidad turística en España, según la información del mapa. (Hasta 2 puntos).

(Valoración: hasta 4 puntos)

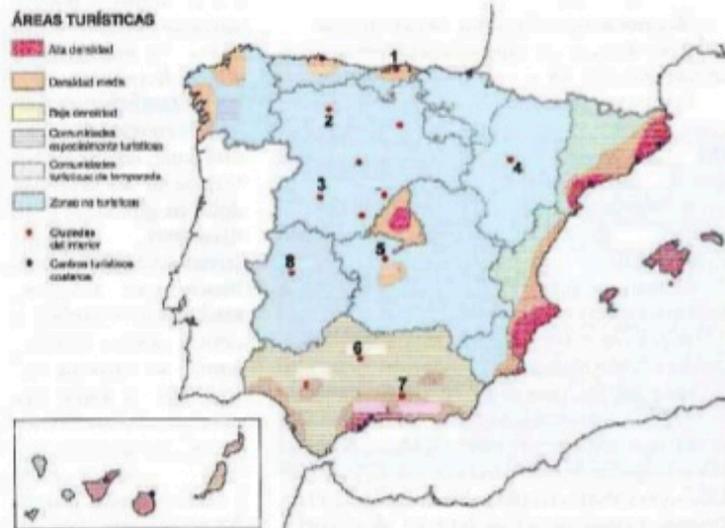


PRÁCTICAS GEOGRAFÍA SECTOR TERCIARIO

2. Analice el mapa de España en el que se especifican las áreas turísticas. Responda a las siguientes cuestiones:

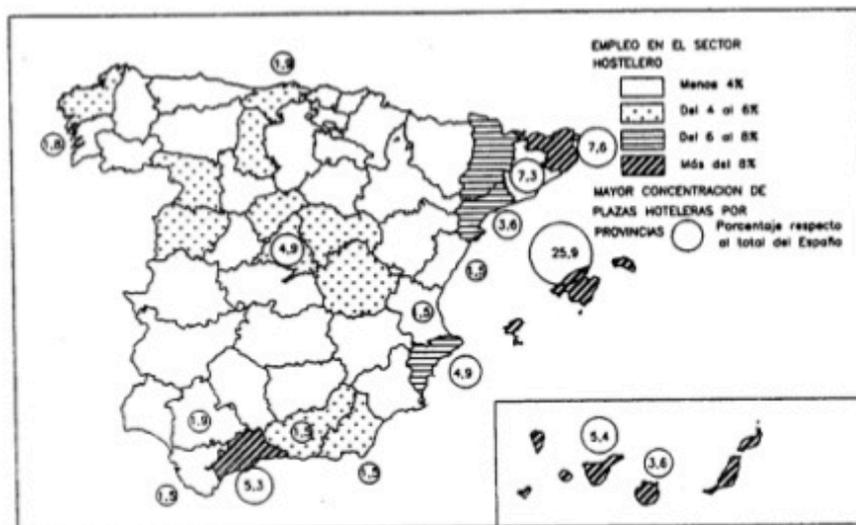
- a) Correlacione los números del 1 al 8 con las ciudades a las que corresponden e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- b) Nombre las provincias con alta densidad turística e indique qué tipo de turismo predomina en cada una de ellas.
- c) Explique los contrastes entre las áreas turísticas atlánticas y mediterráneas.

(Valoración: hasta 3 puntos)



2. Analice el mapa de España en el que se especifica la distribución del empleo en la hostelería y las plazas hoteleras. Responda a las siguientes cuestiones:

- a) En qué provincias existe una concentración de plazas hoteleras superior al 4%.
- b) Qué provincias españolas tienen un porcentaje de empleo en la hostelería de más del 6% del total de España.
- c) Explique las razones de estos valores de concentración provincial de plazas y de empleo en la hostelería.



2.- Observa y analiza el mapa sobre las zonas turísticas en España. Responde a las siguientes cuestiones



- ¿En qué unidades de relieves y tipo de roquedo se localiza el turismo de alta montaña?
- ¿Qué factores físicos influyen para que Andalucía, Canarias y Baleares sean especialmente turísticas?
- Relaciona el desarrollo económico con las áreas turísticas. Profundiza en la complejidad y en las excepciones

5.- Observa y analiza el mapa

3. Los tipos de turismo

Los grandes destinos turísticos:

- Contraste entre el interior y el litoral (con la excepción de Madrid). Destinos más importantes: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid



Fig. 13.10. Áreas turísticas en España.

- ¿Cuáles son las CCAA no turísticas?. ¿Qué condicionantes físicos influyen en ello?
- Uno de los problemas del turismo es la estacionalidad. ¿A qué zonas no afecta? ¿Por qué?
- Localiza 10 enclaves turísticos y caracterízalos brevemente