

Tema 14- Importancia y Significado de las Actividades Terciarias en España. Los servicios en Castilla y León.

- 1. La heterogénea naturaleza del sector servicios (tipificación)**
 - 2. El proceso de terciarización en España y sus causas.**
 - 3. El reciente cambio en el sector comercial.**
 - a. Necesidades de cambios en el comercio tradicional.
 - b. Las nuevas formas comerciales.
 - 4. La creciente importancia del terciario público.**
 - 5. Las actividades del sector terciario en Castilla y León.**
-

El sector terciario es uno de los más dinámicos de España. Comprende el comercio, los servicios, el transporte y el turismo. En este tema abordaremos el estudio de los servicios y el comercio y en temas posteriores estudiaremos los transportes y el turismo.

1.- La heterogénea naturaleza del sector servicios.

Son todas las actividades económicas cuya finalidad no es producir bienes, sino prestar servicios para satisfacer las necesidades del consumidor o de la producción de los sectores primario o secundario. Se incluyen en este sector las actividades que no se pueden encuadrar en el sector primario y secundario.

No obstante, las fronteras entre producción de bienes y prestación de servicios son cada vez menos claras: las actividades productivas se terciarizan (llevan aparejados servicios –diseño, investigación, gestión de personal, comercialización, etc.) y la prestación de servicios suele necesitar instrumentos y equipos fabricados. Debido a estas interrelaciones entre los tres sectores, es cada vez más difícil establecer una separación rígida entre los mismos.

El sector terciario es, además, un **sector heterogéneo**, que comprende actividades muy diversas (comercio, hostelería, banca, servicios públicos...). La gran diversidad de este sector va a dificultar cualquier intento de **clasificación de los servicios**. Una de las distinciones más habituales es la **Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)**, utilizada por la administración española, que menciona los siguientes tipos de servicios:

- **Comercio, restaurantes, hostelería y reparaciones.**
- **Transporte, almacenamiento y comunicaciones.**
- **Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios a las empresas.**
- **Servicios comunales, sociales y personales:** ocio y cultura, servicios domésticos, sanidad y servicios sociales, organizaciones privadas no lucrativas, administración pública y defensa.

Esta variedad de subsectores terciarios podemos encuadrarla en dos grandes grupos:

- El **terciario de equipamiento** (o económico) está integrado por las actividades que prestan un servicio a la producción, tanto de bienes en el sector primario o secundario, como de servicios en el propio sector terciario; incluye actividades tales como la investigación, la asesoría jurídica a las empresas, el diseño, el marketing, el servicio postventa, etc.
- El **terciario de uso o consumo** (o social) comprende actividades que se destinan sobre todo al consumidor final: comercio minorista, servicio sanitario, enseñanza, atención a ancianos, turismo, actividades de ocio...

2.- El proceso de terciarización en España y sus causas.

Su crecimiento a partir de los años 60 ha dado lugar a la terciarización, hecho que se aprecia en su aportación al P.I.B. (65 %) y la población ocupada (el 65% en 2005). Las causas del crecimiento del sector han sido:

- El **aumento del nivel de vida**, que posibilita un mayor consumo de servicios.
- La **superación de la fase de industrialización**. El nivel de producción no puede crecer indefinidamente por lo que la industria trasvasa su población al sector terciario, que desde la crisis industrial de los 70 se ha convertido en refugio de los parados de la industria. Además, la industria cada vez requiere más servicios asociados a la producción, hecho que se denomina terciarización de la industria.
- La **incorporación de la mujer al trabajo**, que en su mayor parte se hace en este sector.
- El **aumento de los servicios públicos**, con la creación de las administraciones autonómicas y el desarrollo del estado del bienestar, con la ampliación de servicios como la sanidad y la educación.
- El **crecimiento del turismo** en España desde mediados de los años 50. El auge del turismo ha colaborado en el crecimiento de servicios como la hostelería, el comercio, los transportes, los bancos y las actividades relacionadas con el ocio y el tiempo libre.

Todas las Comunidades Autónomas tienen un predominio del sector terciario, pero existen pequeños desequilibrios territoriales.

El grado de Terciarización: es mayor en las CC.AA turísticas (Baleares, Canarias, Valencia, ...), en los centros rectores del país (Madrid, Barcelona, ...); y menor en las comunidades que no tienen ninguno de estos aspectos (La Rioja, Galicia, Castilla la Mancha, ...)

Las distintas ramas del sector tienen pesos desiguales. Los servicios destinados a las empresas dominan en las provincias más dinámicas (Madrid y Barcelona), se dedican a funciones como gestión, comercialización, servicios personales (abogacía, gestoría, ...), servicios avanzados (informática, comunicaciones, aeropuertos, ...)

Los servicios relacionados con el consumo están más implantados en las CC.AA turísticas

Los servicios escasamente cualificados como administrativos y asistenciales predominan en el resto del territorio

3.- El reciente cambio en el sector comercial.

En la actualidad, el modelo comercial español presenta un carácter dual. Por una parte, siguen funcionando los **comercios tradicionales** en el interior de las ciudades y de los diversos núcleos de población, aunque sometidos a una reestructuración que lleva a la desaparición de los comercios más obsoletos. Y por otra, han proliferado espectacularmente **nuevas formas comerciales** (centros comerciales e hipermercados). La crisis a la que se ven sometidas las formas comerciales tradicionales y la aparición creciente de nuevas formas comerciales son la consecuencia de una serie de factores que afectan tanto a la oferta como a la demanda:

- La **modernización de la sociedad española** ha traído consigo un aumento notable de la capacidad adquisitiva por el incremento de la renta familiar, una dispersión creciente de los consumidores (barrios dormitorio y residencias unifamiliares en la periferia), y la disminución en la frecuencia de compra (creciente incorporación de la mujer al trabajo).
- Los **cambios en la distribución y en la tecnología comercial**: nuevas formas de presentación del producto (los envases sustituyen la venta a granel), innovaciones tecnológicas (códigos de barras, caja registradora, tarjeta de crédito...), autoservicio...

3.1. Necesidad de cambios en el comercio tradicional.

Como consecuencia de los factores expuestos, **el comercio tradicional tiene que adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda**. El modelo comercial minorista tradicional –de pequeñas dimensiones (50 m² de media), dedicado principalmente a la alimentación y al textil y a servir a una población próxima (barrio), de carácter familiar, con un porcentaje reducido de personal empleado (2 trabajadores por establecimiento), con escasa formación y edad avanzada, y equipamientos deficientes (dadas las bajas inversiones por falta de capital)– **se encuentra en crisis** debido a la competencia de las nuevas formas comerciales y a los nuevos hábitos de consumo: paulatinamente pierde empleo y se cierran establecimientos. Por ello se ha visto obligado en muchos casos a transformarse en un comercio especializado u ofrecer otro tipo de servicios. Algunos comercios tradicionales han optado por el sistema de franquicias o explotación de una marca conocida a cambio del pago de un canon. Las franquicias suponen cerca del 10% de comercio minorista.

Asimismo, la competencia de las nuevas formas comerciales ha motivado que aparezcan formas de asociacionismo comercial por parte del comercio detallista para poderles hacer frente.

3.2. Las nuevas formas comerciales.

Las nuevas circunstancias han provocado el **desarrollo de nuevas formas comerciales**, de distintas dimensiones y con distintos tipos de organización:

- Los **autoservicios** y **supermercados** suponen una adaptación parcial del comercio tradicional. Al comprar el género en grandes cantidades y reducir personal –adoptando la forma de venta de autoservicio, en el que las funciones del comerciante pasan al consumidor–, pueden ofrecer precios más bajos que el comercio tradicional. Predominan en el sector alimentario y en los artículos de consumo doméstico. Sin embargo, tales adaptaciones no resuelven otros aspectos, como la necesidad de una oferta más amplia y diversificada y la menor frecuencia temporal de la compra
- Los **hipermercados** responden a las nuevas necesidades de la demanda actual, a la que satisface en un amplio radio urbano, periurbano e incluso rural. Este proceso se inició en España tarde y hoy depende fundamentalmente del capital extranjero (particularmente francés), con una estructura empresarial cada vez más concentrada. Una de las tendencias en

desarrollo es la especialización de las grandes superficies en ramas específicas: electrodomésticos, juguetes, madera, bricolaje...

- Los **centros comerciales** integrados presentan una solución de compromiso entre las grandes superficies y los pequeños establecimientos. En su estudiado diseño (que les ha llevado a ser denominados por algunos sociólogos como “*nuevas catedrales del consumo*”), al lado de los hipermercados –que actúan como locomotora y reclamo principal– se sitúan establecimientos comerciales de todo tipo: ocio (cines, recreativos), servicios personales (peluquería, cafeterías), pequeños establecimientos minoristas...
- **Otras formas comerciales:** la venta por catálogo y la televenta, la venta a través de Internet, la venta por máquinas automáticas (refrescos, tabaco, alimentos)...

Estas nuevas formas comerciales han introducido un carácter más dinámico en esta actividad, con nuevas formas de gestión, promoción y marketing, así como servicios bancarios y publicitarios o nuevas presentaciones de productos.

Se ofrecen precios más bajos que atraen a gran parte de los consumidores, bombardeados constantemente por la propaganda. La aparición de estas nuevas formas comerciales tiene notables **implicaciones geográficas**, siendo un importante elemento de **transformación de las áreas periurbanas**. Con unas superficies comerciales muy amplias, por encima de los 2.000 m², necesitan de una ubicación periférica en torno a los principales ejes viarios de entrada y salida a la ciudad, accediéndose mayoritariamente a estos centros en coche particular. Son además áreas de atracción para la construcción de viviendas próximas al propio hipermercado, siendo necesaria la concesión de una serie de equipamientos y la modificación del trazado viario. Surgen así nuevos agentes urbanos: los grupos empresariales y comerciales capaces de intervenir y de influir en las políticas urbanas. Por ello, la instalación de un centro comercial requiere la adopción de medidas de **planeamiento y ordenación** por parte de la administración (“urbanismo comercial”), que ordena la localización y dimensión de las superficies comerciales en función de las necesidades de la población.

4.- La creciente importancia del terciario público.

El conjunto del subsector público español, tras un crecimiento importante en las últimas décadas, ocupa el primer lugar de los subsectores terciarios en el V.A.B., habiendo desplazado al subsector comercial. La administración pública ocupa a cerca de tres millones de personas. Ello se debe principalmente a una conjunción de hechos, unos de naturaleza política y otros de tipo socio-económico, a pesar de la tendencia existente en las últimas décadas a un cierto recorte del Estado de Bienestar.

- Ya en la década de los sesenta y primeros años del setenta, con el desarrollo económico y las demandas sociales, **se expansionan los sectores sanitario** (red de hospitales) , **educativo** (centros de enseñanza secundaria y universitaria) y **asistencial**. En la enseñanza, la implantación de la escolarización obligatoria hasta los dieciséis años y la extensión de la educación infantil (LOGSE) se ha traducido en un incremento del número de alumnos escolarizados y, por consiguiente, de profesores. No obstante, la caída de la natalidad está invirtiendo el proceso. El envejecimiento de la estructura demográfica española ha provocado recientemente un cambio de prioridades desde la educación hacia la sanidad y la atención a la tercera edad. La mejora sanitaria se ha centrado en la creación de redes de atención primaria y la extensión de hospitales comarcales.

- Por otro lado, en este período se lleva a cabo un **traspaso creciente de las competencias** del Estado Central a las Comunidades Autónomas y a los Ayuntamientos, con la consiguiente creación de una nueva Administración, a costa en parte de la Administración Central, pero también de creación nueva.

Al hacer una **valoración sobre el peso del Terciario Público** y su incidencia en la marcha de la Economía de España, existen dos posturas contrapuestas: Una primera pone de relieve el excesivo peso del mismo y su papel por tanto negativo, al entender que se ha convertido en un sector refugio, como vía para disminuir las cifras de paro. Otra postura, en cambio, considera que la proporción de empleo público no supera los niveles europeos, de forma que sólo se ha conseguido eliminar los retrasos existentes en este campo.

5.- Las actividades del sector terciario en Castilla y León.

Las actividades terciarias tienen también en Castilla y León una **presencia dominante** (62% de la población ocupada), aunque su proporción sea algo **menor que en el conjunto de España**. Ello se debe, sobre todo, a la mayor importancia que posee en nuestra región el sector agrario –el doble que en España– y, en menor medida, el sector secundario –en función sobre todo del sector energético y el de la construcción, y no del manufacturero–.

Este **proceso de terciarización** ha estado motivado por el desarrollo de las funciones administrativas de las ciudades –especialmente desde la consolidación de la administración autonómica–, el aumento del comercio con el aumento del poder de compra de la población y el incremento de los servicios públicos (educación, sanidad, asistencia social), y no tanto por el incremento de los servicios a las empresas (que tienen un papel reducido en nuestra comunidad).

Dentro del sector terciario, los servicios públicos no sujetos al mercado –como la sanidad, la educación o la administración– aparecen representados con una mayor proporción que en el conjunto de España, lo que indica una mayor dependencia de las prestaciones estatales.

El análisis provincial ayuda a matizar en parte la visión general del terciario de Castilla y León. Así, es muy significativo ver que las provincias menos desarrolladas económicamente –con una mayor presencia del sector agrario y menor del secundario– son las mismas en las que el sector terciario participa en una mayor proporción de su VAB; es lo que sucede con Segovia, Salamanca, Ávila o Soria, aunque en el caso de Salamanca obedece, sobre todo, a su función universitaria. Esta mayor participación del sector terciario se debe sobre todo a una mayor presencia de las actividades estatales o a la existencia de un terciario más social que económico.

Por el contrario, provincias como Burgos, Valladolid y Palencia, que tienen un carácter más industrial y menos agrario, presentan una composición sectorial más equilibrada entre el terciario de consumo y los servicios a la producción. Así, pues, se podría señalar una cierta **dualidad en la estructura provincial** del terciario de Castilla y León.

6. Los desequilibrios territoriales en la terciarización.

El proceso evolutivo en los últimos años, y en consecuencia la situación actual, dista de ser homogénea en todo el territorio español. En el último cuarto de siglo se ha asistido en todas las Comunidades Autónomas a un proceso de terciarización notable. En términos del PIB y del empleo todas las regiones presentan una clara hegemonía del sector servicios. Sin embargo, se pueden diferenciar diferentes **tipos de regiones en función de su especialización terciaria**, incrementándose las desigualdades en los sectores más especializados:

- a. Un primer grupo lo constituyen **Madrid y Cataluña** –y secundariamente el País Vasco–, especializadas en actividades financieras, **servicios a las empresas** y, en general, para la venta. Madrid también destaca en servicios de la Administración. Corresponde a las regiones rectoras de la economía nacional.
- b. En otro grupo de Comunidades Autónomas dominan los **servicios destinados al consumo** (comercio, hostelería, transportes, bienes inmuebles). Así, Baleares y Canarias están especializadas en turismo y comercio; la Comunidad Valenciana en comercio y otros servicios destinados a la venta; el País Vasco, Navarra y Cantabria en transporte.
- c. En el resto del territorio español dominan los **servicios de consumo no destinados a la venta**, frecuentemente de escasa cualificación, administrativos de segundo orden, comerciales de pequeño ámbito y asistenciales de carácter público, aunque a escala provincial existen excepciones, como en comarcas muy turísticas de Andalucía.

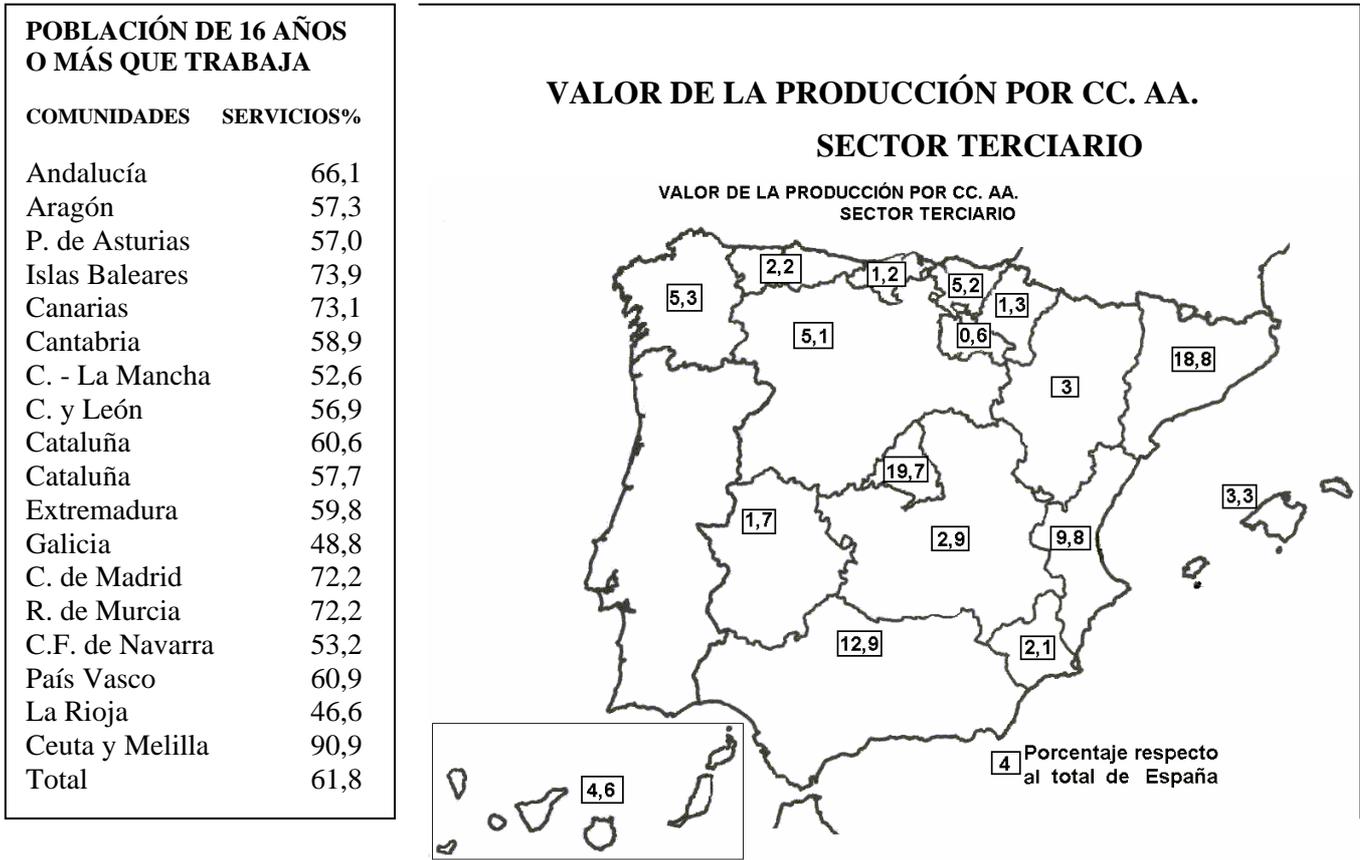
Si el análisis lo realizamos **en un ámbito municipal** se observa la existencia de una relación directa entre tamaño demográfico del municipio e importancia del empleo en el sector terciario: a mayor tamaño urbano corresponde una mayor variedad y cualificación de los servicios. Sin embargo, en el caso de los municipios intermedios (entre 20.000 y 100.000 habitantes), cuando éstos se ubican en el seno de un área metropolitana se produce una caída de su terciarización, succionada por la ciudad próxima y núcleos vecinos mayores o como consecuencia de su carácter de barrios dormitorio carentes de los servicios necesarios.

La organización del espacio urbano.

Las actividades terciarias ocupan y organizan en gran medida el espacio urbano. En la actualidad estas actividades superan los límites del CBD o centro administrativo y de negocios, y se difunden por casi todo el tejido urbano. No obstante, cada tipo de servicio se comporta de manera muy diferente:

- Así, mientras actualmente el pequeño **comercio** tradicional de los centros históricos, se halla en crisis, han surgido grandes superficies comerciales fuera del recinto propiamente urbano, junto a vías de circulación rápida.
- Los **servicios administrativos**, sin embargo, manteniendo estrategias espaciales más conservadoras, ocupan el centro urbano y, en muchos casos, han rehabilitado para su uso edificios de gran valor históricopatrimonial.
- Por otro lado, si bien los servicios que requieren una prestación más directa a la población (“oficinas de cara al público”, como bancos, comercio de lujo o agencias inmobiliarias) se concentran en lugares céntricos (más accesibles y simbólicamente más representativos, como el paseo de La Castellana en Madrid o La Diagonal en Barcelona)) de la ciudad, las **oficinas** han experimentado, en general, una dinámica centrífuga debido al precio y a los problemas de accesibilidad, y ruidos del centro urbano. Las sedes sociales de las grandes empresas y las oficinas de las grandes compañías de servicios tienden paulatinamente a abandonar el centro de negocios de las ciudades para ubicarse en edificios funcionales junto a vías rápidas (carretera de la Coruña en Madrid). Un buen exponente es el desarrollo de **parques empresariales**, con un tejido mixto de centros de producción de tecnología avanzada y de servicios innovadores, con buenos servicios de transporte y redes de comunicación, capacidad hotelera y un entorno agradable.

Práctica: Observando los datos del mapa adjunto, comenta las particularidades del reparto geográfico del sector terciario en España, las diferencias en valor de la producción y en población ocupada entre las distintas comunidades autónomas y la correspondencia entre el valor de la producción y la población ocupada.



FUENTE: Encuesta de población activa. 1.999. Fuente del mapa del terciario.

(Los valores que aparecen en recuadro representan porcentajes con respecto al total de España).