

**EL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA GLOBAL:
TRANSFORMACIONES Y CONSECUENCIAS**
(Tema 8 del temario de oposiciones de Geografía e Historia, BOE 18/11/2011)

Juan Carlos Serrano Soria
IES Carlos María Rodríguez (Valcárcel)
juancarlosserranosoria@yahoo.es

CONTENIDOS

Introducción

1. Concepto y clasificación. Estructura del sector terciario
2. Localización de las actividades terciarias
3. El comercio. Elementos, tipos y evolución
4. Los transportes. Tipos y medios
5. Otros sectores del terciario. El turismo
6. Creciente terciarización de la economía
7. Conclusiones y referentes curriculares

Introducción

El sector servicios es el principal sector económico en las economías de los países desarrollados. Incluye actividades tan variadas como la educación, el comercio, el turismo o los servicios personales. El objetivo de este tema es mostrar la importancia de este sector, en la sociedad y la economía actual, exponiendo los conceptos fundamentales del mismo, su clasificación y particularmente desarrollando algunos de sus aspectos más significativos como el comercio, los transportes o el turismo. El sector servicios es el que más volumen de puestos de trabajo crea y el que más transacciones comerciales registra.

Para trabajar este tema, además de las fuentes bibliográficas clásicas, es importante considerar fuentes secundarias que nos ofrecen datos, informes y análisis de la evolución de este sector, tales como las presentadas por Instituciones oficiales como INE de España, la Unión Europea o entidades privadas como fundaciones o asociaciones empresariales o de consumidores.

El tema está dividido en seis apartados, siguiendo los ítems propuestos oficialmente, donde se recogen los aspectos de clasificación y localización de las actividades terciarias, el comercio, los transportes, otros sectores de actividad del terciario como el turismo y una exposición argumentada sobre la creciente terciarización de la economía.

1. Concepto y clasificación. Estructura del sector terciario

El sector servicios es el más heterogéneo de toda la actividad económica. Para diferenciarlo de los sectores industrial y agropecuario y entender qué ofrece, debemos primero definir el concepto de servicio como actividad económica.

Los servicios se contraponen a los bienes (hablando desde un punto de vista económico). Los primeros se caracterizan por la inmaterialidad y porque son consumidos en el momento en que se producen, mientras que los bienes son tangibles y pueden ser almacenados. Veamos algunos ejemplos: el servicio de educación (impartir una clase, una conferencia) se produce mientras dura en el tiempo; la materialidad que emplea sería el libro de texto, la imagen concreta o el archivo de vídeo. El servicio de hostelería se produce cuando se come en un restaurante, el bien consumido sería la comida; los seguros, la consultoría, la atención médica, se producen y consumen en el mismo momento, no permiten su “almacenamiento”.

Podríamos decir que muchas de las actividades incluidas en el sector servicios han existido siempre (comercio, transporte, seguridad, medicina, enseñanza, administración pública), pero es desde mediados del siglo XX cuando se ha producido un cambio espectacular, incrementado exponencialmente desde la tercera revolución industrial (años setenta del pasado siglo); la mayoría de los trabajadores hoy no producen bienes materiales, sino que trabajan en actividades relacionadas con el sector servicios.

La clasificación del sector servicios es una ardua tarea a la que muchos autores se han dedicado, intentando aportar claridad. Brevemente describiremos algunas de estas clasificaciones para comprobar la heterogeneidad del sector y su complicada clasificación sobre la que no existe una uniformidad. Al final estableceremos una clasificación propia, más con un carácter didáctico que científico, siguiendo la clasificación de la ONU¹ y la seguida por el INE² de España, recientemente actualizada siguiendo los patrones comunes de la Unión Europea.

- A. Browning y Singelmann (1978) establecieron una tipología de servicios sobre la base de sus características de consumo final. Estos autores distinguen cuatro categorías de actividades de servicios: servicios de distribución, de producción, sociales y personales.

¹ La CIU (Clasificación Industrial Internacional Unificada) fue recogida por Naciones Unidas en 1968 y es utilizada por la OCDE para recoger datos sobre la distribución sectorial del empleo

²INE. El Instituto Nacional de Estadística ofrece la clasificación de actividades económicas, revisada en 2009. http://www.ine.es/inebmenu/mnu_clasifica.htm

- B. Para Gershuny y Miles (1983) el término "servicios" puede tener varias acepciones distintas: servicios inmateriales, ocupaciones de servicios (personas que trabajan en industrias de servicios), funciones de servicios (persona que realizan trabajos fuera de la economía monetaria o formal, como asociaciones voluntarias).
- C. Kent (1985) tiene en cuenta la cualificación personal y diferencia servicios personales cualificados de los no cualificados y los servicios industriales (bancos, seguros) de los de consumo masivo (ocio, sanidad, hostelería)
- D. La clasificación de Naciones Unidas diferencia entre:
 - a. Comercio y hostelería
 - b. Transportes, almacenamiento y comunicaciones
 - c. Finanzas, seguros y servicios a empresas
 - d. Servicios comunitarios, sociales y personales

La clasificación que presentamos es una mezcla entre la propuesta de Browning y Singelmann y la de Naciones Unidas y privilegia sobre todo, el uso al que se destinan los servicios; según este criterio, diferenciamos en:

1.1. Servicios comerciales y de distribución

Incluiríamos todas aquellas actividades que hacen llegar a la población los productos que consumen directamente y a las empresas aquellos que utilizan en su proceso de producción. El peso importante lo tendría el sector de transportes de mercancías y la logística.

1.2. Servicios a la población

Aquí incluimos todas las actividades que cubren necesidades específicas de la población como: la información y el entretenimiento audiovisual (medios de comunicación), las comunicaciones (telefonía, Internet), las reparaciones de objetos y vehículos, los desplazamientos (transporte), el uso del dinero (los bancos), el ocio (cine, teatro, bares y restaurantes, centros deportivos), los servicios personales (peluquería, balnearios, masajes).

1.3. Servicios empresariales y financieros

Siguiendo el tercer apartado de la clasificación de Naciones Unidas, aquí incluimos todas las actividades que permiten mejorar el funcionamiento de las empresas con respecto a movimientos de capital (banca, seguros), innovación tecnológica (laboratorios de investigación e ingeniería), asesoramiento legal

(abogados, gestorías), o dar a conocer sus productos (consultorías, publicidad, marketing).

1.4. Administración pública y servicios sociales

Se incluyen aquí todos los servicios de las administraciones públicas y todas aquellas actividades consideradas "sociales" o en beneficio de la sociedad como la educación, la sanidad, la justicia o la seguridad, además del llamado "tercer sector" en las sociedades desarrolladas, que incluye las actividades de las Organizaciones No Gubernamentales, Fundaciones y Organizaciones No lucrativas y de Caridad.

2. Localización de las actividades terciarias

Para considerar la localización de las actividades terciarias es importante tener en cuenta algunas consideraciones previas:

- a) La deslocalización industrial provocada por la globalización ha influido en la terciarización de las economías de los países industrializados, aunque esta idea se desarrollará más adelante, en el punto seis, aquí conviene resaltar que sólo algunos sectores y actividades específicas (como la banca y las sedes de las grandes multinacionales del comercio) han sufrido esta deslocalización del sector terciario.
- b) No es posible aplicar un criterio único para la localización de todas las actividades incluidas en el sector terciario, por lo que expondremos algunos factores generales que influyen en la localización según el tipo de servicios ofrecidos

2.1. Factores de localización de las actividades del sector servicios

Siguiendo el criterio de clasificación ofrecido en el apartado anterior diremos que:

- A. Los servicios comerciales, de distribución y los servicios a la población necesitan situarse cerca de sus clientes, sean éstos consumidores finales o empresas.
 - a. Con respecto a los consumidores, el geógrafo alemán Walter Christaller explicó que el número y la variedad de comercios en una población, el grado de especialización de éstos, y el área de influencia de mercado, aumentan a medida que aumenta los habitantes de esa población.
 - b. Un factor importante en la localización de los servicios comerciales son las nuevas formas comerciales y espacios de consumo, de los que las grandes superficies comerciales son su elemento más visible. Podemos distinguir varios tipos:

- Hipermercados. Basadas en el autoservicio (forma comercial aparecida en Francia a mediados del siglo pasado) por parte de los consumidores.
 - Centros comerciales. Tomando como referencia y anclaje a un hipermercado, en torno a él se crean pequeñas tiendas especializadas a las que se añaden servicios complementarios de ocio (minicines, restaurantes, boleras, gimnasios, etc.)
 - Parques comerciales y de ocio. Caracterizados porque en una misma zona encontramos distintos hipermercados especializados, junto a centros de ocio y grandes espacios para aparcamiento, ya que suelen situarse en las afueras de la ciudad.
- c. Con respecto a la distribución, en las grandes ciudades se han creado mercados centrales y centros de distribución logística que influyen en la elección de la localización de una empresa; ejemplo de esto son los Mercados Centrales de Mercamadrid y Mercabarna y la estación ferroviaria de mercancías de Abroñigal en Madrid
- B. Los servicios empresariales y financieros tienden a concentrarse en las grandes ciudades, e incluso dentro de éstas en zonas específicas, denominadas distritos financieros; ejemplo de éstos son Manhattan en Nueva York, Nuevos Ministerios y Paseo de la Castellana en Madrid, o el Centro Financiero de Barcelona
- C. La administración pública y lo servicios sociales son lo que se distribuyen de un modo más disperso por todo el territorio: ayuntamiento, colegios, institutos, centros de salud hay prácticamente en todas las poblaciones.

3. El comercio. Elementos, tipos y evolución

El comercio supone el intercambio de mercancías y servicios y es la base de la economía; podemos considerarla como una de las actividades más antiguas del mundo. A lo largo del tiempo ha sido sufriendo cambios y transformaciones relacionadas en su mayor parte con el nivel de desarrollo de las sociedades, los transportes y comunicaciones, o la tecnología de cada momento.

3.1.Elementos del comercio

El comercio no es una actividad aislada y pasiva que no recibe influencia del resto de los sectores de la economía, sino al contrario, ya que es un sector de la economía que se encuentra en un permanente flujo de intercambios y reacomodación

de sus formas, y son muchos los factores que confluyen en el mismo y varios los elementos que lo configuran.

Vamos a distinguir algunos elementos fundamentales del comercio: la producción de mercancías, el comerciante, la oferta y la demanda.

- Los cambios llevados a cabo en el sistema productivo (por ejemplo la producción en masa, el envasado, etc.) han dado lugar a que las mercancías se introduzcan en un circuito directo de productor-consumidor, y por tanto a la comercialización en establecimientos de autoservicio y en grandes superficies.
- El transporte, que más adelante desarrollaremos, supone una fase imprescindible en la distribución de mercancías y las innovaciones del mismo han sido fundamentales para el desarrollo del comercio.
- El comerciante es otro de los elementos fundamentales del comercio. Es el promotor de esta actividad y, normalmente, es el puente entre los productores y los consumidores.
- Como otros elementos claves de la actividad comercial, cabe señalar la oferta y la demanda. La oferta es la cantidad de mercancías que el comerciante pone a la venta y la demanda es la cantidad de mercancías que una población desea obtener o consumir, definición sintética y fácil de entender.
- Otros elementos son el capital necesario y la empresa como estructura organizativa (sobre todo en el caso de las grandes multinacionales de la distribución, como es el caso de Carrefour).

3.2.Evolución del comercio

En la época preindustrial, el comercio se caracteriza por las limitaciones en la producción y el transporte; sin apenas infraestructuras de comunicación, la demanda se reducía a materias de primera necesidad. La demanda era escasa y para mantener mercados importantes, surgieron las ferias periódicas, que en versiones transformadas se mantienen como manifestación comercial en nuestros días.

En la era industrial, con la división del trabajo y la especialización, se produce un aumento en el volumen de producción; la mejora de las comunicaciones y los transportes provoca un aumento del comercio interior y exterior.

En la actualidad, el comercio de la era postindustrial, se caracteriza por los intercambios comerciales a gran escala, la globalización de las relaciones comerciales,

el comercio electrónico y la aparición de nuevas formas comerciales y espacios de consumo.

3.3.El comercio interior

La primera división que realizamos para estudiar el comercio está relacionada con las fronteras espaciales de los países; hablamos de comercio interior refiriéndonos a las transacciones comerciales que se realizan dentro del mismo país, mientras que el comercio internacional o comercio exterior tiene en cuenta las transacciones que se realizan entre distintos países.

Muchos gobiernos han intentado potenciar su comercio interior estableciendo trabas a la importación de productos; este proteccionismo, generalizado a principios del siglo XX, se ha transformado en un libremercado, reduciendo al mínimo las barreras económicas. Con la aparición de "bloques comerciales" ha surgido un modelo mixto, que practica el libremercado en el interior del bloque y el proteccionismo respecto a los países que no son miembros, valga como ejemplo la Unión Europea.

El comercio interior ha sufrido la transformación de un mercado tradicional hacia las nuevas formas comerciales y espacios de consumo; veamos uno y otras.

- A. En el comercio tradicional distinguimos algunas características: minifundismo empresarial, lo que dificulta la competencia con las grandes compañías (la tienda de barrio frente a la gran superficie); no se realizan grandes ventas; técnicas de gestión y venta anticuadas que rebajan la productividad del empleo, además de debilidad financiera y escasa formación empresarial; clientela escasa y próxima la mayor parte de las ocasiones.
- B. Nuevas formas comerciales.
 - Cadenas de distribución. Empresas multinacionales que monopolizan la distribución de productos y a las que sólo tienen acceso otras grandes empresas
 - Franquicias. Cadenas de establecimientos con la misma marca, pero que funcionan como empresas particulares gestionadas por empresarios que montan su propio negocio.
- C. Nuevos espacios de consumo. En este punto nos remitimos a lo expuesto con anterioridad al hablar de la localización de los comercios

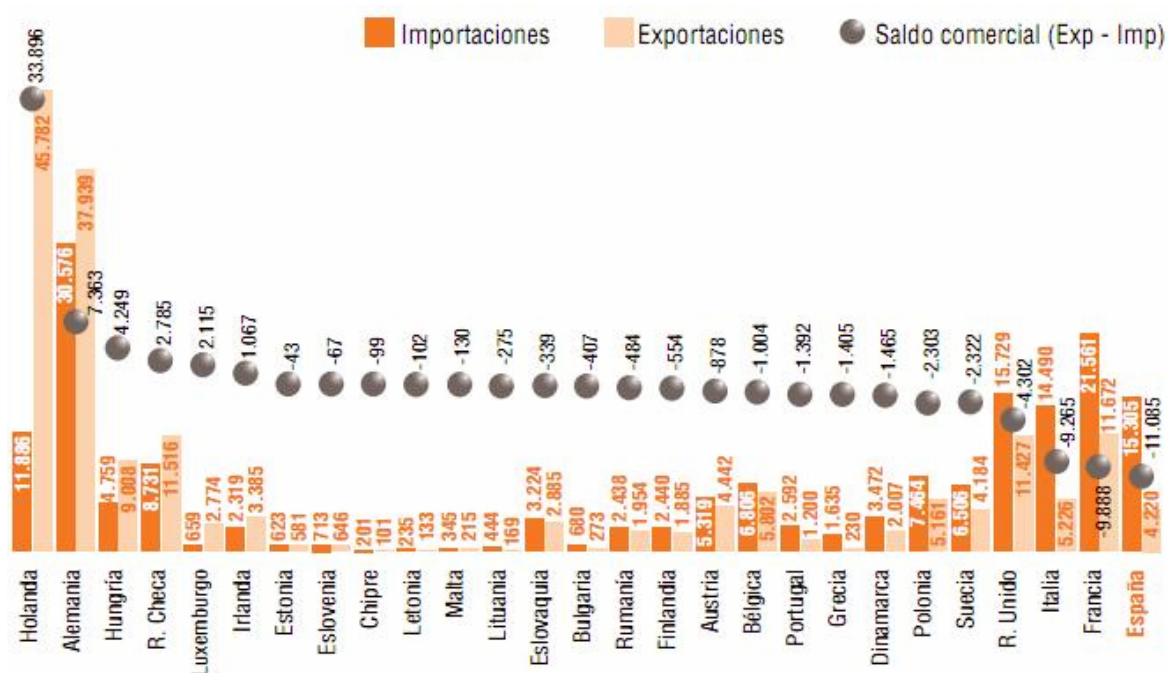
3.4.El comercio exterior

El comercio exterior utiliza como indicador la balanza comercial, que es la diferencia entre exportaciones e importaciones durante un periodo de tiempo concreto para un país; es positiva si las primeras superan a las segundas, o negativa en caso contrario.

Ya hemos comentado cómo una de las transformaciones más importantes que ha sufrido el comercio ha sido su internacionalización. En la actualidad se produce una tendencia al incremento global, tanto del volumen de mercancías, como del valor de las mismas; así como una diversificación cada vez mayor en el intercambio de productos y servicios y en el origen y destino de los mismos. A modo de ejemplo diremos que hoy es posible comprar en Taiwán desde España, para después vender esa mercancía en Perú, pasando por Ecuador.

Otro elemento significativo unido al comercio internacional es el llamado “comercio electrónico”. Las nuevas tecnologías permiten formas comerciales donde ya no es necesaria la proximidad al cliente, dado que estas pueden realizarse por Internet y ser complementadas con una eficaz distribución y transporte.

La no presencia física del comprador puede provocar inseguridad de éste al realizar transacciones comerciales. Otro de los cambios ocurridos ha sido la aparición de organismos e instituciones que promueve políticas de protección del consumidor, sobre todo en lo que se refiere a los datos personales (por ejemplo en los sistemas de pago con tarjeta bancaria) y a la posibilidad de reclamar y devolver los productos en mal estado.



corresponderse con una mayor o menor densidad de las redes de transporte; el desarrollo económico (un mayor desarrollo económico supone mayores posibilidades económicas y un mayor nivel tecnológico, lo que conlleva una mayor construcción de redes de transporte e infraestructuras, etc.

4.2.Evolución histórica de los transportes

En la era preindustrial los intercambios comerciales eran escasos y se hacían sobre distancias cortas; los medios más empleados eran los carros y los barcos a vela.

En la primera revolución industrial se introdujo el ferrocarril y el barco de vapor.

En la segunda revolución industrial, a comienzos del siglo XX, se abrieron paso el automóvil y el avión.

La tercera revolución industrial supuso la aparición de nuevos combustibles y la aplicación de los avances tecnológicos a los sistemas de transporte existentes: ferrocarril, barco, carretera, avión.

4.3.El transporte en la actualidad. Tipos

- A. El transporte por carretera es el más usado hoy en día, tanto de personas (coches, autobuses) como de mercancías (camiones). Las principales innovaciones han estado relacionadas con la aparición de vehículos propulsado por los combustibles alternativos (eléctricos, gas, biodiesel). La red de carreteras es cada vez mejor y más extensa en los países desarrollados, pero las carreteras pavimentadas de Asia, Iberoamérica y África, apenas suponen el 20% del total mundial.
- B. El transporte por ferrocarril fue el medio de transporte más usado durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. Se emplea tanto para personas como para el transporte de mercancías. Las principales transformaciones han ocurrido en los combustibles, se ha pasado de los trenes de carbón, a los combustibles líquidos y de ahí a la implantación generalizada de la electricidad (sobre todo en distancias cortas – cercanías). Otra importante revolución interna en este medio han sido los trenes de alta velocidad, que compiten directamente con el transporte aéreo de pasajeros en distancias cortas.
- C. El transporte marítimo está especializado en el tráfico de mercancías y resulta muy eficiente en términos de costes, especialmente en las distancias largas. El transporte marítimo de pasajeros sigue existiendo aunque casi de una manera testimonial; está presente sobre todo en distancias cortas para unir dos puntos costeros próximos (ferrys) y en viajes de placer (cruceros).

- D. El transporte aéreo se ha especializado en el transporte de pasajeros. Las mejoras técnicas han permitido que los viajes sean cada vez más rápidos, baratos y seguros. La principal transformación reciente en el transporte aéreo ha sido la aparición de las compañías de bajo coste que han generalizado el uso del avión de la media distancia.
- E. El transporte intermodal. Aunque los diferentes sistemas de transporte compiten entre sí, igualmente pueden funcionar de manera coordinada y complementaria. Así por ejemplo, el uso de contenedores en el transporte de mercancías permite alternar el barco, el tren y el camión para llegar a puntos alejados de la costa; del mismo modo, la ubicación de estaciones de tren en los aeropuertos, permite que los viajeros puedan conectar el tren con el avión y viceversa.

5. Otros sectores del terciario

Son muchos los sectores de actividad dentro del terciario que merecerían un estudio más detallado y en profundidad, porque, como hemos visto e indicado, actualmente en los países desarrollados forman el grueso de las transacciones económicas.

Nos detendremos en el turismo por ser éste un motor económico esencial en España, y porque su desarrollo, está muy unido al proceso de terciarización sufrido por las sociedades post-industriales

5.1.El turismo

Por turismo entendemos cualquier tipo de desplazamiento que realizamos fuera de nuestro entorno habitual, así como las actividades que realizamos durante esos viajes. Para muchos países el turismo constituye la principal fuente de ingresos.

Los fines pueden ser muy diversos: ocio, trabajo, educación, negocios, etc. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), para que una actividad pueda ser considerada turística, las estancias deben prolongarse al menos por un período de tiempo de 24 horas.

5.1.1. Factores que impulsan el desarrollo del turismo

Entre las causas generales que explican el desarrollo del turismo, cabe señalar las siguientes:

- A. El aumento del nivel de vida en los países desarrollados y la mayor disponibilidad de tiempo, al generalizarse las vacaciones pagadas, la semana laboral de cinco días y el adelanto de la edad de jubilación

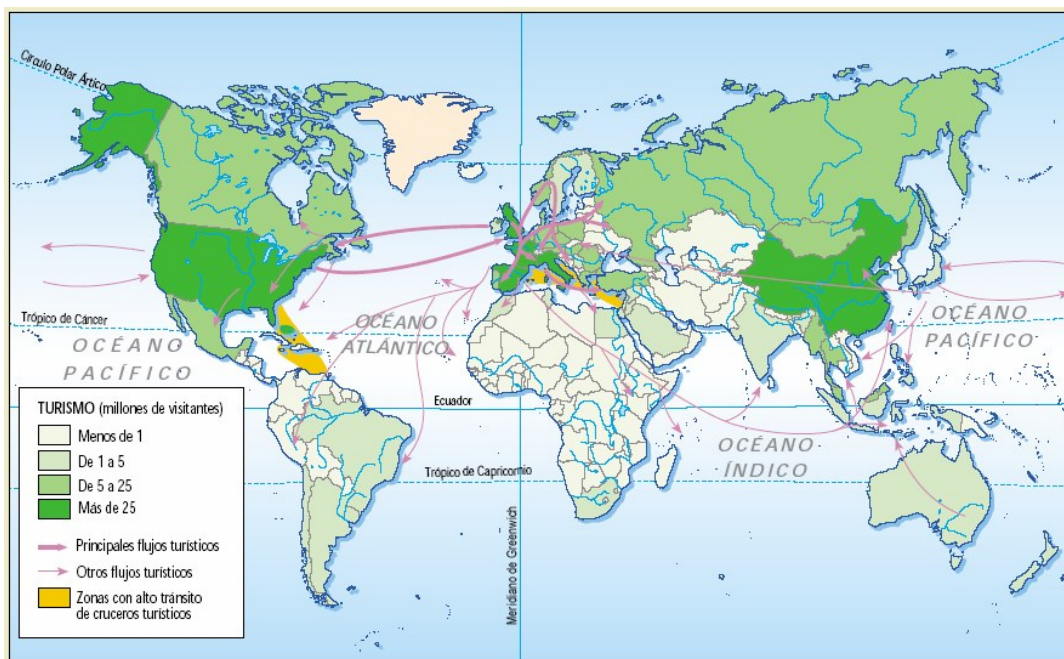
B. Las mejoras en el transporte y las comunicaciones que reducen los costes y el tiempo en los desplazamientos

C. La ampliación y variedad en la oferta de alojamientos (hoteles, apartamentos, casas rurales)

D. El desarrollo de grandes compañías especializadas como las agencias de viajes o los operadores turísticos

No todos los países y regiones poseen el mismo atractivo turístico; para explicar por qué algunos lugares del mundo son especialmente atrayentes damos algunas claves:

- La existencia de un patrimonio natural y el cuidado del mismo; climas suaves, playas limpias y bellos paisajes. Los principales elementos naturales que se valoran son:
 - Los grandes sistemas montañosos del planeta constituyen importantes zonas de atracción turística; Sierra Nevada en España, el Gran Cañón del Colorado en Estados Unidos o los Alpes Suizos son ejemplo de esto.
 - El clima desempeña un papel decisivo; influye especialmente en el turismo de sol y playa. Tomemos como ejemplo las zonas turísticas del Caribe o la Costa del Sol en España.
 - En los últimos años ha crecido el número de espacios naturales protegidos y también el número de viajeros interesados en visitarlos.
 - El agua como elemento más importante para convertir un espacio natural atractivo en un espacio turístico.
- Un patrimonio cultural bien conservado y potenciado; ciudades históricas, monumentos, gastronomía, fiestas populares
- Unas buenas redes de comunicación entre los países de origen y los países receptores de turistas
- La imagen (y realidad) de seguridad y estabilidad políticas, que minimicen la sensación de riesgo de los turistas.
- Una buena relación calidad – precio de los servicios ofrecidos.



Flujo de turismo mundial

Fuente: http://www.cprcalahorra.org/alfaro/Material/Geografia_1º_y_2_ESO/Turismo_mundial.jpg

5.1.2. Evolución histórica del turismo

Podemos situar los precedentes históricos del turismo en las villas de recreo de la nobleza en la Antigüedad y en los viajeros y exploradores de los siglos XVIII y XIX. En la primera parte del siglo XX se destacan algunos lugares turísticos en torno a playas (norte de España, costa Azul francesa) y balnearios.

Desde la segunda mitad del siglo XX se generalizó el turismo de masas, como resultado de los cambios socioeconómicos y culturales que se produjeron en los países desarrollados; se pueden distinguir tres etapas:

- Las décadas de los 50 y los 60: se produjo un flujo masivo de turistas desde los países de Europa occidental hacia la costa del Mediterráneo y las estaciones de esquí. En esta fase tuvo importancia la popularización del coche.
- La década de los 70: en este periodo el abaratamiento del transporte aéreo, debido a los vuelos *charter* y los *touropedores*, contribuyó a difundir el turismo a escala mundial.
- La década de los 80 y 90. El turismo creció en volumen de desplazamientos y destinos. La característica principal ha sido la diversificación, con nuevas actividades como el turismo rural y el ecológico.

La actividad turística puede ser nacional, cuando los flujos de viajeros se desplazan dentro del mismo país, o internacional, si estos movimientos atraviesan fronteras.

5.1.3. Tipos de turismo

- A. Turismo litoral: pone el acento en unos determinados recursos naturales: sol, arena, mar; su explotación supone una inversión comparativamente más pequeña que el turismo invernal. Las infraestructuras se sitúan cercanas a las costas de los principales mares templados y cálidos. Junto a las actividades ligadas al sol y a la playa, se dan otras nuevas (deportes acuáticos)
- B. Turismo de montaña: diferenciando entre el turismo de montaña tradicional, en el que se unen la explotación de los valores ecológicos y paisajísticos, con el senderismo y los deportes de riesgo, y el turismo invernal, asociado a los deportes de nieve.
- C. El turismo rural: basado en la oferta de espacios tranquilos, donde el visitante pueda relajarse frente a la tensión y la rutina de la gran ciudad.
- D. El turismo cultural y de compras: el crecimiento económico y el desarrollo de empresas en torno a la cultura y el recreo, fomentan este tipo de turismo. Normalmente se concentra en los cascos antiguos monumentales, en las grandes ciudades y en sus barrios comerciales.
- E. El turismo orientado a la salud: la necesidad de espacios para relajarse y la promoción de vacaciones para la tercera edad, lo han revitalizado. Se desarrolla fundamentalmente en balnearios y estaciones termales.
- F. El turismo religioso: las peregrinaciones, es el mejor ejemplo de este tipo. La Meca, Roma y Jerusalén son ejemplos de este turismo religioso.
- G. El turismo de negocios y congresos: se desarrolla principalmente en las capitales y en las grandes metrópolis porque necesita de buenas infraestructuras y comunicaciones. Allí se celebran congresos, reuniones de negocios, ferias, festivales, etc.

6. Creciente terciarización de la economía

Muchos países han experimentado un proceso de terciarización de su economía; han visto cómo la ocupación mayor de la población se ha ido trasladando del sector primario

(actividades agropecuarias) al secundario (actividades industriales) hasta llegar al terciario (actividades de servicios). Hablamos de terciarización cuando las actividades del sector servicios son las que producen la mayor parte del empleo y riqueza de un territorio.

La expansión de los servicios se ha dado a raíz del proceso de terciarización, como hemos visto. En los países con mayores ingresos, los servicios proporcionan la mayor parte de los empleos. En algunos países como Suecia, Holanda, Reino Unido, Canadá, Australia o Estados Unidos, el sector servicios supone más de la mitad de su economía total; en estos países y otros de su entorno se habla de una sociedad postindustrial.

En Latinoamérica el proceso de terciarización se ha dado de forma paralela a una rápida urbanización; encontramos zonas en México, Brasil, o Perú, donde la mayor parte del empleo corresponde al sector servicios.

En países en vías de desarrollo de Asia y África, el número de empleos de este sector se aproxima ya al que se dedica a la agricultura; aquí es donde encontramos con más notoriedad el fenómeno de la economía sumergida o economía informal, donde las empresas no están registradas oficialmente, no pagan impuestos y mantienen empleados sin contratos y bajos salarios.

6.1. Factores de la terciarización de la economía

Las causas del crecimiento, evolución y transformación de los servicios podemos agruparlas en los siguientes factores:

- A. El incremento de los ingresos y mejora del nivel de vida de la población genera un aumento de la demanda de servicios financieros, turísticos, culturales, de ocio; cuanto mayor es la renta de las personas, mayor es la proporción que gastan en servicios y menor la que emplean en bienes de primera necesidad y alimentación.
- B. Generalización del Estado de Bienestar. En las sociedades postindustriales, sobre todo en Europa, el Estado ha favorecido el acceso, de modo gratuito o a bajos costes, de toda la población a servicios públicos como la educación, la sanidad o la asistencia social.
- C. La competitividad empresarial ha provocado que las empresas busquen diferenciarse entre sí mejorando la calidad de sus productos (y por lo mismo contratando servicios de investigación, consultoría, informática) y ofreciendo nuevos servicios de valor añadido, como la atención post-venta o la formación y asesoría personalizada.

Una de las consecuencias negativas que ha generado la transformación del sector servicios ha sido que en algunas actividades se ha convertido en sector refugio (servicio doméstico, pequeño comercio, ejército, transporte, puestos concretos de la administraciones públicas) donde se ocupan a personas con una formación básica y mínima que, para ellas, es excelente porque encuentran un trabajo, pero que lastran el desarrollo económico y tecnológico, y que incluso para ellas mismas en un problema añadido en situaciones de crisis y transformación como la actual coyuntura económica de España. Estos empleos están mal pagados y son poco productivos.

Como idea global podemos decir que dentro del sector servicios encontramos los empleos de más calidad y mejor pagados, pero también otro grupo de empleos más precarios y con salarios bajos (asociemos aquí el término “milleurista” que se da en España).

7. Conclusiones y referentes curriculares

El desarrollo del tema ha tenido como referencia los ítems propuestos en el temario oficial. La heterogeneidad del sector servicios plantea una difícil clasificación. La clasificación aportada del sector servicios se basa en el principio de la funcionalidad de las actividades con relación al usuario final, teniendo como marco la clasificación ofrecida por Naciones Unidas. Probablemente su punto más fuerte sea que cualquier actividad del sector servicio que imaginemos, tiene su cabida en la clasificación ofrecida.

Las consecuencias más importantes de las transformaciones sufridas en este sector, tienen que ver con la globalización del comercio, la aparición de nuevas formas de intercambio y espacios comerciales, o el desarrollo de fórmulas comerciales que antes no existían, como el comercio por Internet. Con respecto a los transportes y las comunicaciones, han surgido nuevos medios de locomoción, mejorado otros por la implantación de la tecnología (nuevos combustibles menos contaminantes), y expandido de las redes de comunicación, que nos permiten llegar a cualquier punto del planeta. El turismo se ha convertido en un fenómeno de masas, y se ha convertido en un nuevo motor para algunas economías como la española.

En los países desarrollados el sector servicios es el más importante por volumen de empleados y cantidad de transacciones económicas. Sin duda alguna éste será el sector del futuro, por la previsible concentración de la población en las ciudades (con lo que ello

implica para los transportes y el comercio por poner dos ejemplos) y sobre todo por el auge sostenido del turismo internacional.

Probablemente el principal riesgo que puede impedir el continuo desarrollo del turismo sea el aspecto de la seguridad. Ya ocurrió con los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos, pero recientemente se ha comprobado, con las revoluciones del norte de África, cómo los flujos turísticos se desvían (España, Sudeste asiático, China), pero no desaparecen.

Los contenidos de en este tema se desarrollan en el currículo de las materias de Ciencias Sociales-Geografía en tercero de ESO, parcialmente en la optativa de Geografía Económica de cuarto de ESO y en Geografía de segundo de bachillerato.

BIBLIOGRAFÍA

AZCÁRATE, B.; M. V. AZCÁRATE y J. SÁNCHEZ SÁNCHEZ (2010). *Geografía regional del mundo: desarrollo, subdesarrollo y países emergentes*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia

BONETE, R. (2009). *La UE y el comercio mundial: su protagonismo en las negociaciones de la OMC*. Madrid: Confederación Sindical de Comisiones Obreras

FEENSTRA, R. C. (2011). *Comercio internacional* Barcelona: Reverté

MAROTO, A. (2009). *La productividad en el sector servicios de la economía española*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Fundación Rafael del Pino

MÉNDEZ, R.; J. GUTIÉRREZ PUEBLA y A. GUERRA (2010). *Ciencias sociales, Geografía. 3º ESO*. Madrid: SM

QUADRA-SALCEDO FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, T.; A. PALOMAR y J. VIDA (2010): *La ordenación de las actividades de servicios: comentarios a la ley 17-2009, de 23 de noviembre*. Cizur Menor: Aranzadi, 2010.

VV.AA. (2009). *Wto World Tourism Barometer - Barómetro OMT Del Turismo Mundial (Spanish Version)*. Madrid: Organización Mundial Del Turismo

ZÁRATE, M. A. y M. T. RUBIO (2005). *Geografía humana: sociedad, economía y territorio*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces

WEBGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadística de España. www.ine.es

Organización Mundial del Turismo. <http://unwto.org/es>

Instituto de Comercio Exterior de España. <http://www.icex.es/>

Radiografía del Sector Servicios en España.

<http://www.bde.es/webbde/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosOcasionales/06/Fic/do0607.pdf>