

TEMA 1

CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y SU CONCEPTUALIZACIÓN DISCIPLINAR

" INTRODUCCIÓN

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS SERVICIOS

2. CONCEPCIONES TEÓRICAS EXPLICATIVAS

2.1. Concepciones liberales

2.2. Concepciones marxistas

3. PROFUSIÓN Y CRECIMIENTO DE LOS SERVICIOS

INTRODUCCIÓN

Las sociedades actuales postindustriales se caracterizan por el grado de crecimiento del sector servicios. En las últimas décadas hemos asistido a una gran expansión de la actividad de los servicios de forma, que, por ejemplo, el nivel de desarrollo del Estado de Bienestar acostumbra a medirse según el predominio del sector servicios, se definiría como la capacidad de un Estado para prestar a sus ciudadanos toda una serie de servicios básicos como sanidad, protección social, educación, servicios culturales y deportivos, etc. Estos, normalmente, son servicios de fácil acceso e incluso en algunos países tienen carácter semigratuito, que se hace a costa de elevados impuestos (países nórdicos). La expansión social de los servicios está relacionada con el progreso general de la sociedad.

Hay una clara relación entre los espacios urbanos y la localización de los servicios, que mayoritariamente se encuentran en las aglomeraciones urbanas, haciendo que identifiquemos un paisaje urbano con un paisaje terciarizado. Estamos acostumbrados a utilizar cotidianamente diversos servicios, tanto públicos como privados: servicios comerciales, servicios de seguridad ciudadana, turismo, educación, ocio, etc. Cada una de estas actividades se engloba en el sector servicios. El hecho del incremento del poder adquisitivo unido al aumento de población urbana han tenido como consecuencia un potente desarrollo del sector servicios en tiempos recientes. La concentración de servicios en las ciudades porque, además de congrega gran parte de la población y un mayor dinamismo económico y social, poseen un importante número de infraestructuras de transporte que permiten el acceso a la ciudad para consumir los servicios. Además en la ciudad se localizan agentes atractivos como los poderes públicos y políticos, las clases dominantes, empresarios, etc. lo que hace que un mayor número de habitantes y servicios sean atraídos.

La localización de los servicios incide de forma importante en la relación entre los agentes socioeconómicos y el territorio que ocupan, haciendo que los servicios tengan un papel determinante en la organización del territorio. Los servicios establecen muchas de las jerarquías y estructuras territoriales, siendo capaces de transformar estructuras anteriores.

Pese a la importancia de los servicios, han sido bastante poco estudiados por el conjunto de las ciencias sociales y humanas. Hay un desajuste entre la creciente importancia y trascendencia de los servicios y el escaso interés que estos han despertado en la comunidad científica. Los motivos de la postergación del estudio de los servicios, en lo que toca a la geografía, pueden explicarse analizando los enfoques predominantes en la

geografía hasta recientes fechas. Entonces predominaba el análisis de espacios rurales dentro de la geografía regional. En general, el énfasis se puso en las actividades primarias y secundarias, lo que supone un enfoque incompleto de la realidad. Hoy en día, los fundamentos de la geografía de los servicios están, en gran medida, en elaboración lo que hace que los trabajos en esta materia tengan un enfoque muy concreto y aplicado a un lugar o servicio determinado, siendo muy escasa una visión global, que se hace difícil debido al carácter dispar y heterogéneo de esta disciplina.

En la mayoría de los estudios ha predominado una visión economicista del tema de los servicios, ya que por encima de todo, son una actividad económica. Este esquema tripartito (Clark) se va quedando bastante anticuado y es frecuentemente sometido a revisión, aunque sigue empleándose mayoritariamente. La geografía de los servicios puede considerarse como una rama de la geografía económica. Dentro de este punto de vista, los servicios pueden ser estudiados desde tres perspectivas complementarias:

" ¿Quién genera los servicios?

" ¿Cuáles son los intermediarios que suministran y comercializan los servicios?

" ¿Quién demanda los servicios?

Según este último aspecto, la geografía de los servicios tendrá una vinculación con la geografía del consumo, la geografía urbana y la geografía de los transportes. El hecho de que existan estas relaciones sitúa a la geografía de los servicios en una difícil posición para acotar unos temas específicos de la propia disciplina

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS SERVICIOS.

Una primera característica para el conjunto de los servicios es su carácter heterogéneo. Esta diversidad hace que cualquier intento de clasificación de los servicios quede desfasado por la realidad. Al propio concepto de servicios se le pueden aplicar múltiples significados; este carácter polisémico va a hacer que a la palabra servicios se le añada un calificativo que explique mejor su contenido, como servicios de transportes, servicios sanitarios, servicios públicos, etc.

Dentro de cada una de estas catalogaciones, hay una gran diversidad interna, así pues, dentro del epígrafe de servicios comerciales podemos encontrar desde el pequeño minorista especializado hasta las grandes superficies comerciales.

Por otro lado, hay servicios que pueden orientarse hacia las empresas, la producción, o hacia los consumidores finales.

Dentro de los **servicios orientados a la empresa** encontramos, entre otros:

" *Estudios técnicos*: estudios informáticos, económicos, etc.

" *Servicios de asistencia*: prestaciones temporales de personal, alquiler de material mobiliario o de vehículos, servicios de limpieza y mantenimiento, etc.

" *Promotores y sociedades inmobiliarias*: promociones inmobiliarias,

administración de bienes, agencias inmobiliarias, etc.

Si observamos los **servicios destinados a los consumidores finales**:

" *Comercio y reparación de automóviles*: venta de vehículos, venta de accesorios y equipamientos, venta de carburante, etc.

" *Hoteleros y restauración*: hoteles, restaurantes, cafés y bares.

" *Diversos servicios comerciales*: comercio especializado y de detalle, supermercados y galerías comerciales, estudios de fotografía, salones de peluquería, tintorerías, servicios personales directos, etc.

Es difícil establecer una definición concluyente de los servicios que pudiese englobar a todos ellos.

El término servicios nos permite englobar a determinadas firmas que van a prestar una actividad dentro de ese sector, es la oferta de servicios. Por otro lado, también nos sirve para designar un tipo específico de consumo y demanda, por ejemplo, la asistencia médica.

Los servicios tienen una marcada relación con la economía, que puede ser de varios tipos:

" *Relación entre servicios y fabricación industrial*: los servicios a las empresas sirven para reforzar la producción industrial. Toda industria tiene una demanda de servicios (servicios de transporte, distribución, bancarios, seguridad, etc.). Estos servicios son imprescindibles hoy en día (los denominados *procesos servointindustriales*) ya que tienen un papel fundamental en el proceso productivo y tecnológico en los países occidentales.

" *Relación entre servicios y territorio*: el territorio ocupa un papel importante en lo que toca a localización de las empresas de servicios.

Los móviles de localización de estas empresas funcionan a distintas escalas (mundial, internacional, nacional, regional, provincial, comarcal, local, etc.).

" *Relación de los servicios con el empleo*: el sector servicios tiene un papel destacado en la creación de empleo. Como media, en los países

desarrollados el empleo en este sector puede alcanzar el 70 % del total. En 1973, en Estados Unidos, el empleo en este sector representaba el 63 % del total, mientras que en los países europeos era el 45 %. El proceso de creación de empleo en este sector se acentúa en la década de los 50, continuando en el periodo que transcurre en los siguientes 20 años, hasta los inicios de los 70, de franco crecimiento económico, en que el empleo en los servicios supera al empleo industrial. Este incremento vino acompañado de un crecimiento en el total de población activa. En la actualidad, dos tercios de la población de los países desarrollados trabaja en los servicios. Son las profesiones denominadas de cuello blanco. Sin embargo, en los últimos años se han incrementado los empleos precarios y mal pagados en este sector. La característica primordial de este proceso de creación de empleo terciario es el lento crecimiento del mismo, relacionado con una bipolarización de la sociedad en función de la distribución de las rentas, los empleos estables proporcionan rentas estables mientras que los empleos precarios implican rentas precarias.

" Participación *de los servicios en el PIB de cada país*: se obtiene basándose en la suma de bienes y servicios finales obtenidos en el interior de un país a precio de mercado. El porcentaje que los servicios representan en el PIB está por encima del 60 %. Para que una actividad sea considerada como servicio, esta debe tener un fuerte componente intangible, de forma que el valor de un servicio no se base en los instrumentos materiales que se empleen para proporcionarlo, sino en la capacidad, competencia o aptitud que tenga la persona o empresa que los preste. Un servicio no se puede almacenar como un stock sino que se

genera y casi al mismo tiempo se consume, así pues, la oferta y la demanda de un consumo coinciden temporalmente. Si un servicio no se puede almacenar, la actividad de servicios consiste fundamentalmente en un proceso de intercambio o relación entre la oferta y la demanda de ese servicio.

Tanto en el caso de la producción industrial como de los servicios, cuando se produce la transacción se va a establecer un precio de venta, en un mercado con un número determinado de vendedores y compradores que van a fijar un precio que se va a regular en función de la ley de la oferta y la demanda. La cualidad inmaterial de los servicios incide en el tamaño de las empresas de servicios, desde grandes empresas hasta otras muy pequeñas, con mayor variedad que en las empresas industriales, gracias a que, por lo general, una empresa de servicios puede establecerse con una menor necesidad de capitales que otra industrial. El porcentaje de mano de obra femenina es bastante más alto que en otros sectores.

A modo de síntesis, toda actividad de servicios debe cumplir cuatro requisitos, según Wood:

" Una actividad de servicios es una actividad de asesoramiento o peritaje, que se presta a empresas o consumidores finales.

" El valor de una actividad de servicios se mide basándose en la colaboración de este servicio para poder llevar a cabo otras actividades.

Las actividades de servicios tendrán carácter complementario dentro del proceso productivo

" Las grandes empresas tienen tendencia a dominar la estructura organizativa de los servicios, absorbiendo otras empresas más pequeñas.

" Importancia que los cambios tienen en la actividad de servicios, apareciendo nuevos servicios y empleos, contribuyendo a la diversidad interna del sector, normalmente generados por las nuevas tecnologías.

2. CONCEPCIONES TEÓRICAS EXPLICATIVAS.

Los servicios han experimentado un importante crecimiento en los países occidentales, asociados a conceptos como los de modernización, desarrollo y crecimiento. Los servicios serían interpretados como los instrumentos básicos para el desarrollo y crecimiento económico.

Con el fin de interpretar el crecimiento de los servicios, se han ido planteando distintas concepciones teóricas, una de corte liberal, con un planteamiento ideológico capitalista, y otra marxista que parte de las bases del materialismo dialéctico, aunque ambas han limitado su análisis interpretativo a los países desarrollados.

2.1. Concepciones liberales

Las primeras teorías liberales fueron desarrolladas en los años 40, después de la Segunda Guerra Mundial, aunque existen antecedentes que se remontan a finales del siglo XIX y principios del XX. A lo largo de este siglo, los postulados liberales han sufrido una evolución paralela a la propia evolución de la economía y la sociedad.

Inicialmente, y a causa de la mentalidad productivista de finales del siglo pasado, los servicios fueron interpretados como una actividad no directamente productiva. El carácter intangible y la imposibilidad de almacenamiento hizo que estos primeros teóricos liberales dudasen del carácter productivo de los servicios, se pensaba que el auténtico motor de la economía era la industria. A finales del siglo XIX, Alan Smith afirmaba el carácter improductivo de los servicios ya que pensaba que la ejecución de una actividad de servicios no dejaba ninguna evidencia material. Esta concepción se ha venido manteniendo durante mucho tiempo, no sólo en los autores liberales sino también en la conciencia colectiva. La actividad terciaria sería subsidiaria y dependiente de la actividad industrial, no mereciendo ningún estudio por si misma sino a través del estudio de la actividad industrial.

Esta tendencia empieza a cambiar a partir de los años 30 y 40 al hilo del constante aumento de las actividades de servicios. Tras la Segunda Guerra Mundial, los servicios se conceptualizan en términos de empleo y ocupación, empezando a ser considerados como un sector independiente. Estas nuevas interpretaciones se apoyan en el rápido crecimiento de la demanda, que puede ser demanda final (servicios a los consumidores finales) o demanda intermedia (servicios a las empresas). La denominación de sector terciario será empleada por economistas como Fisher y Clark (este último en su obra Las condiciones del progreso económico).

A partir de este cambio, se comienza a hablar de una evolución por etapas de la sociedad y la economía:

"1ª etapa: Sociedad tradicional basada en actividades agrarias y extractivas.

"2ª etapa: Actividades industriales

"3ª etapa: Desarrollo de los servicios a causa del progreso material y el aumento de los ingresos.

Rostow, en los años 60, hablará de cinco etapas en el desarrollo económico:

"1ª etapa: Sociedad tradicional basada en actividades primarias.

"2ª etapa: Se van combinando las condiciones necesarias para el despegue económico.

"3ª etapa: Despegue económico, relacionado con la industria.

"4ª etapa: Maduración.

"5ª etapa: Consumo de masas, terciarización.

Según esta división por etapas, se establece una clara relación entre el desarrollo económico de un país y la distribución del empleo por sectores. Si el empleo se concentra en las actividades primarias, nos

encontraremos con una sociedad tradicional. Si, por el contrario, predomina el terciario, estaríamos en una sociedad de consumo de masas. Asimismo, también la Renta per Cápita aumenta en la transición de una fase a otra.

Por otro lado, podemos decir que esta teoría se apoya en la evolución experimentada por los países occidentales, donde la idea fundamental es que la industria produce más beneficios que la agricultura, y, respectivamente, que los servicios son más beneficiosos que la industria; y también parte de la base de que el crecimiento económico es constante. Sin embargo, desde finales de los 80, estas ideas de crecimiento constante están siendo sustituidas por las de crecimiento o desarrollo sostenible, todavía en elaboración, que sostienen que este crecimiento constante de las actividades económicas ha producido efectos negativos y problemas ecológicos considerables, y basando el crecimiento económico sostenible en la preservación del medio natural con una implicación de las poblaciones en su propio desarrollo.

La teoría de Rostow sería incapaz de explicar porque se ha llegado a situaciones de crisis; también ha sido criticado por tener su teoría un carácter más descriptivo que explicativo, además está poco claro el porque de tantos cambios de fase. También es criticable que, en teoría, no se admitan diferencias de comportamiento entre las diferentes sociedades, todas atraviesan estas etapas de igual manera que los países occidentales, poniendo de relieve una visión etnocentrista.

La puesta en duda de este planteamiento se produce a lo largo de la década de los 80 y en los 90, al ponerse de manifiesto los problemas estructurales de la sociedad de consumo; siendo conscientes de estas carencias, otros autores liberales han hecho hincapié en la modernidad y la innovación propia de los servicios, explicando el crecimiento de este sector por su alta productividad, y dando lugar también a nuevas orientaciones productivas. En la actualidad se habla de la relación mutua o interdependiente entre los tres sectores, que puede ponerse de manifiesto en la acuñación de nuevos términos como *actividad servioindustrial* o *servucción*, que se refiere a la producción de servicios.

En los últimos años, una serie de sociólogos se han preocupado de los servicios en el intento de una interpretación global de la sociedad. El término *sociedad postindustrial*, acuñado por Touraine, denomina a las sociedades de los países con sistemas económicos capitalistas y con un importante predominio de los servicios. En la etapa de sociedad industrial, la base de la economía eran las inversiones en capital fijo, como maquinaria, herramientas, instalaciones. Sin embargo, cada vez tendrá más importancia el capital intangible, sobre todo en la etapa actual, sobre todo inversiones en logística, formación de la mano de obra, conocimientos e investigación científico – técnica, así como servicios vinculados a la producción. Un rasgo básico de las sociedades contemporáneas es la mayor valoración de los conocimientos y las nuevas tecnologías, incluso creando una nueva clase social formada por profesionales muy cualificados, científicos, investigadores, etc.

El sector servicios absorbe mano de obra de otros sectores. Por otro lado, existe una clara vinculación entre la sociedad de consumo y la población empleada en el sector servicios.

2.2. Concepciones marxistas

Suponen un conjunto aparte de interpretaciones, aportadas por pensadores críticos, basadas en el materialismo dialéctico, y que han sufrido una evolución, de forma que los primeros pensadores marxistas también dividían entre actividades productivas y no directamente productivas. Sin embargo, tanto producción industrial como servicios inmateriales serían el resultado de una división social del trabajo. La diferencia entre unos y otros se establece en la forma de trabajo empleada para conseguirlos. El crecimiento de los servicios responde a una división social de trabajo más compleja, cada vez más, las personas y los países estarían más especializados en una actividad productiva determinada. El incremento de los servicios se relaciona con la generación de plusvalías y la acumulación de capital. En los países comunistas, la atención principal se prestó a la industria, teniendo los servicios un menor desarrollo. Sin embargo, en estos países si hubo un desarrollo importante de

las prestaciones públicas a la población tales como sanidad, educación, deporte, etc. En el periodo actual, se ha producido un desmesurado avance de los servicios, penetrando las firmas extranjeras en esos mercados para satisfacer la creciente demanda.

3. PROFUSIÓN Y CRECIMIENTO DE LOS SERVICIOS.

El desarrollo espectacular de los servicios está muy relacionado con el auge de las nuevas tecnologías que ha revertido en la mundialización de la economía, de hecho, las más importantes empresas de servicios son multinacionales. La separación y alejamiento entre la oferta y la demanda cada vez es menos importante, se han podido aminorar los efectos del distanciamiento. Al mismo tiempo, la tecnología ha permitido aumentar la productividad y el rendimiento económico de los servicios, que muchas veces ha superado al de las actividades industriales. Las nuevas tecnologías han incidido sobre el empleo, haciendo que los servicios sean grandes, pero lentos, creadores de empleo, pero dicha creación es incapaz de absorber toda la demanda. Han surgido nuevas formas de empleo, trabajo a domicilio, a tiempo parcial, trabajo sumergido, etc. El desarrollo de los servicios ha fomentado el consumismo, con el acicate de la publicidad, creando necesidades ficticias. El incremento del tiempo libre ha supuesto una mayor disponibilidad de horas para el ocio y el consumo, creándose desigualdades y diferencias entre los que consumen y los que no, siendo el consumismo patrimonio exclusivo de los países generadores de los servicios, impulsando la liberalización del comercio para tratar de levantar las barreras arancelarias. Muchas de las interpretaciones han demostrado tener dosis utópicas. Se pensaba que el desarrollo tecnológico eliminaría las desigualdades y el hambre; ahora nos damos cuenta de su carácter ilusorio. Cada vez es más difícil mantener el pleno empleo. El desequilibrio entre los que cada vez gastan más y los que carecen de recursos afecta mucho a las sociedades contemporáneas y viene a crear lo que se ha denominado factura social, con una importante problemática social, surgiendo en los propios países desarrollados la necesidad de poner en práctica políticas públicas más respetuosas con el medio natural y que tengan en cuenta a la población más desfavorecida. Es el denominado **desarrollo sostenible**, con una mayor implicación de las poblaciones con su propio desarrollo

TEMA 2

ASPECTOS EXPLICATIVOS DEL CRECIMIENTO DE LOS

SERVICIOS

- REESTRUCTURACIÓN Y DECLIVE INDUSTRIAL
- RECIENTE EXPANSIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL PANORAMA

INTERNACIONAL: LIBERALIZACIÓN DE INTERCAMBIOS

- ACTIVIDADES DE SERVICIOS Y EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN
- ESTRUCTURA Y TENDENCIAS DE LOS MERCADOS MUNDIALES DE SERVICIOS

-
- REESTRUCTURACIÓN Y DECLIVE INDUSTRIAL

Para entender el actual crecimiento de los servicios es necesario comprender un proceso paralelo a este crecimiento, la reestructuración de las actividades industriales. Este proceso de reconversión industrial comenzó a experimentarse en los años setenta y los primeros cambios pudieron observarse en la disminución del empleo industrial y en la disminución del valor añadido de la producción industrial. Este proceso comienza a observarse en los países de industrialización más temprana (Reino Unido, Estados Unidos, República Federal Alemana), aunque posteriormente se generaliza al conjunto de los países occidentales con economías desarrolladas, incorporándose Francia, Holanda, Japón, en este último caso, a partir de los años

ochenta se experimenta el descenso del empleo industrial:

Año en que se alcanza el punto A Año en que se alcanza el

1/3 de población en cada sector punto B; recesión industrial

Francia 1935 1973

Gran Bretaña 1810 1950

Estados Unidos 1910 1955

Japón 1950 1980

Los motivos para comprender este proceso son múltiples, combinados entre sí, aunque existen distintos criterios según los autores:

" Reducción de la demanda de los productos industriales; se considera que, en los países occidentales, la causa de la reconversión se debe a la imposibilidad de que las exportaciones de productos industriales superen a las importaciones. Esto provoca un déficit comercial, incluso siendo más caros los productos del país que los extranjeros, disminuyendo la demanda y aumentando la deuda exterior.

" Una variación en las inversiones de capital, disminuyendo las inversiones en el sector industrial, produciéndose, además, un encarecimiento de las materias primas a partir de los años 70 y un cambio en las relaciones laborales y un incremento en los costes laborales relacionado con el aumento del nivel de vida. Todo esto ha afectado negativamente a las inversiones en el sector industrial, aunque esta última opinión es bastante discutible.

Todo esto está muy relacionado con el proceso de incremento de la división internacional del trabajo, que consiste en que determinadas actividades más rutinarias y relacionadas con la manufacturación se trasladen a países en vías de desarrollo, con menores costes laborales y fiscales, y si la industria se deslocaliza, los países occidentales se van a especializar en cada vez más en las actividades de los servicios. Este proceso es paulatino, y dentro de un mismo país desarrollado podemos encontrarnos con sectores en declive (naval, siderúrgico, textil), o sectores en auge (electrónica, informática). Las situaciones de recesión industrial están muy localizadas en determinados lugares, tienen importante dimensión local con graves problemas sociales (desempleo, inestabilidad laboral). La importante concentración espacial ha hecho que, en el caso de la Unión Europea, se hayan señalado diversos territorios como *Objetivo 1 o 2*, según la problemática que presenten, ya

estén por debajo del 75 % de la media de la renta comunitaria o atraviesen procesos de reconversión industrial. Para corregir estos problemas se necesita intervención pública, ya sea europea, nacional o autonómica. Este proceso de reconversión industrial va muy vinculado al del crecimiento de los servicios, siendo imposible entenderlos de manera separada. Ambos se producen de manera simultánea en el tiempo pero no en el espacio, provocando una serie de problemas ya probablemente, los nuevos empleos de servicios que se creen no lo hagan en el mismo sitio donde se perdieron los industriales.

- **RECIENTE EXPANSIÓN DE LOS SERVICIOS EN EL PANORAMA INTERNACIONAL:
LIBERALIZACIÓN DE INTERCAMBIOS**

Centrándonos en el crecimiento de los servicios, una característica fundamental de este crecimiento es la tendencia a liberalizar el comercio de servicios, provocando la disminución de las barreras aduaneras, entrando todo esto en relación con el desarrollo de las nuevas tecnologías, especialmente en lo que toca a comunicación, permitiendo un contacto mucho más rápido y directo. Otra serie de factores que han favorecido estos intercambios internacionales han sido la mundialización de la economía y la especialización de determinados países en ciertas actividades (países desarrollados especializados en servicios y países en vías de desarrollo especializados en actividades industriales). Todos estos factores han motivado que el intercambio comercial sea cada vez más importante, no sólo intercambio de bienes materiales sino también de servicios. Todo ello ha supuesto un aumento de los flujos comerciales, que ha tenido consecuencias espaciales y también en cuanto a los comportamientos.

A inicios de los años ochenta, se inicia en todo el mundo una campaña a favor de la liberalización del comercio de los servicios, fundamentalmente orquestada por los Estados Unidos que a su vez recibían la presión de grandes bancos y compañías de seguros internacionales para los cuales, una estrategia básica de actuación se fundamentaba en la liberalización del comercio. En 1986, dentro de esta campaña se produce la Ronda de Uruguay, favorable a las tesis liberalizadoras. Por el contrario, se produce al mismo tiempo una declaración por parte de los países en vías de desarrollo, la Declaración de Punta del Este, que expresa su oposición a la liberalización, manifestando que el libre comercio de los servicios va a suponer una injerencia extranjera dentro de sus economías. Esto va a suponer una toma de conciencia por parte de estos países en cuanto a oposición a la liberalización. Finalmente, y a pesar de estas reticencias, se llega a un acuerdo general (GATS), firmado en 1994 en la ciudad de Marrakech, de forma que las posturas favorables a la liberalización van a ver cumplidos sus deseos casi en su totalidad, comenzando a ganar importancia estas posturas liberalizadoras. El predominio de esta corriente liberalizadora desde 1996 se ha producido en un plano más bien teórico, ya que los países deben ratificar el GATS, algo que muchos de ellos no han hecho.

Muchos han tratado de asemejar el comercio de productos manufacturados con el de servicios, sin embargo, presentan evidentes diferencias. En el caso del comercio de los servicios, es necesario el contacto directo y simultáneo entre el productor y el consumidor de servicios, ya que no pueden ser almacenados como stocks. Al ser necesario el contacto físico en el comercio de los servicios, estará muy relacionado con la movilidad transfronteriza. Liberalizar el comercio de los servicios supone permitir el tránsito de personas a través de las fronteras. Para que se origine y comercializa un servicio de un país a otro, es necesario el desplazamiento del vendedor o del comprador. Una diferencia clara entre el comercio de los servicios y el de productos manufacturados estriba en el coste del servicio, que no se concreta en un precio unitario, puesto que el coste del servicio está asociado a una retribución que se va a pagar a la persona que preste el servicio, dependiendo de su aptitud y disposición a la hora de prestar el servicio. Teniendo en cuenta estas circunstancias específicas, se hace necesaria una reglamentación explícita en lo que toca no sólo al comercio, sino también a los desplazamientos internacionales. El trasvase de servicios supone un movimiento de personas e ideas. Esto implica, siguiendo las tesis de algunos países en vías de desarrollo, admitir y asumir su posición de inferioridad y la injerencia extranjera en sus asuntos internos. Como intento de solución a este problema, se ha creado el principio de nación más favorecida, en el que los países exportadores de servicios deben procurar una transferencia de tecnologías, y a la vez que venden el servicio deben procurar que el país receptor sea capaz de producirlo por si mismo en un periodo de tiempo determinado. Asimismo, el fenómeno del libre

comercio de servicios ha servido para modificar sustancialmente las relaciones que existen entre la economía y la sociedad.

• ACTIVIDADES DE SERVICIOS Y EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Este proceso de liberalización de los servicios entra en relación con los sistemas de producción. Las transformaciones de los sistemas productivos tienen también incidencia en las formas de organización espacial (p.ej. la sociedad tradicional basada en la agricultura se asienta principalmente sobre los espacios rurales, al contrario que la sociedad terciaria actual, asentada sobre los espacios urbanos).

La modificación del sistema productivo puede observarse basándonos en los siguientes aspectos:

" Se producen cambios en los mercados, apareciendo nuevos mercados

con gran dinamismo como los de Europa del este o Hispanoamérica.

" Rapidez de las innovaciones tecnológicas.

" Proceso de internacionalización de las economías: fenómenos ocurridos

a gran distancia llegan a tener repercusión local.

" Vinculación entre actividad industrial y actividad de servicios.

" Replanteamiento de las responsabilidades de bienestar social: tendencia

hacia la privatización de servicios públicos.

" Tendencia hacia la reorganización de las empresas: absorción de

pequeñas empresas por otras más grandes, creación de nuevas empresas,

etc.

Las actividades de servicios resultan imprescindibles para el conjunto de actividades productivas. Cualquier actividad industrial cada vez está más vinculada con la posterior prestación de servicios. Estos servicios a la producción cada vez van a tener mayor importancia, formándose un continuo entre bienes y servicios. En los países industriales, un 30 % del empleo industrial está ocupado en servicios internos dentro de la propia compañía industrial (servicios de creación de nuevos productos, investigación y desarrollo, marketing, diseño, contabilidad, administración, etc.). En los Estados Unidos, el 75 % del valor añadido de la producción industrial está generado por los servicios internos de las empresas industriales. Sin embargo, dentro de los servicios a la empresa, podemos diferenciar entre:

" *Servicios internos*: son servicios prestados dentro de la propia empresa

para la mejora de sus productos.

" *Servicios externos*: son subcontratados a otras compañías para que le

resulte más económico a la empresa, (p. ej. publicidad)

Con relación a la evolución de los sistemas productivos, Bailly ha puesto de manifiesto dos características que

forman parte del nuevo modelo productivo en el que predominan los servicios:

" Importante flexibilidad de las actividades desarrolladas por la empresa.

" Segmentación de funciones especializadas en determinadas ramas y

actividades.

El sector servicios se ha convertido en un elemento esencial con un importante papel estratégico dentro del actual sistema productivo; cerca del 60 % de la población activa, con un importante cambio en la localización de las empresas que tienden a ubicarse en las metrópolis y preferentemente en los espacios centrales de estas o en las tecnópolis periféricas, en el caso de que se presenten.

• ESTRUCTURA Y TENDENCIAS DE LOS MERCADOS MUNDIALES DE SERVICIOS

El comercio internacional de servicios es un sector heterogéneo, con una importante diversidad interna, que se manifiesta en el desplazamiento de personas, capital, préstamos oficiales de carácter internacional, etc. Al tratarse de transacciones intangibles, la medición estadística de las cifras del comercio internacional de servicios es difícil, lo que hace que en numerosas ocasiones sea complicado saber si las inversiones que realizan las empresas extranjeras se centran en el desarrollo de una actividad enriquecedora del país receptor del capital, o si se trata de inversiones meramente especulativas.

Un subsector de los servicios muy importante es el del transporte. El transporte internacional de viajeros y mercancías supone 1/3 del comercio mundial de servicios. A su vez, el transporte de personas está muy relacionado con el turismo internacional mientras que el transporte de mercancías se relaciona con el comercio y la exportación de bienes de consumo. Otro de los capítulos importantes en el comercio de los servicios son las inversiones de capital en el extranjero, que aportarán una serie de rentas y beneficios.

Ambos subsectores han crecido considerablemente en los últimos años, en el caso del transporte debido a la mejora generalizada de las condiciones en que se realiza. Sin embargo, este crecimiento ha sido considerado por algunos autores como un crecimiento lento del transporte, que en el periodo 1963 – 73 fue del 14 % y en la década comprendida entre 1975 – 85 ha sido del 11 %.

Además de estos sectores, podemos hablar de los servicios especializados, servicios prestados a las empresas, que, a diferencia de lo sucedido con el transporte, tienen cada vez un crecimiento más rápido e importante, éste se cifró en el periodo 1975 – 85 en un 20 %. Dentro de estos servicios se incluyen las telecomunicaciones, las prestaciones en ingeniería y obras públicas, servicios financieros, patentes industriales, cooperación técnica, consultoría, etc.

Pese a las posturas liberalizadoras dominantes en los últimos tiempos, todavía siguen existiendo importantes restricciones heredadas de una cultura proteccionista, que algunos autores han calificado como nacionalismo económico por la mayor parte de los países. La mayoría de las restricciones están relacionadas con el control de las divisas, tratando de evitar la evasión de divisas de unos países a otros. Hay que tener en cuenta que los servicios, al ser prestados en un país determinado por una empresa extranjera, requieren la presencia en ese país de expertos y técnicos extranjeros, una presencia limitada por los permisos de residencia y trabajo. En el caso de los servicios financieros, las regulaciones son bastante estrictas, creando las compañías bancarias sucursales o compañías filiales. Todo esto está relacionado con la situación de crisis o estancamiento económico, haciendo que se paralicen muchas de las medidas liberalizadoras.

Hoy en día, el deseo de obtener beneficios mediante la inversión extranjera no es suficiente para que los gobiernos renuncien a controlar la organización del comercio exterior en sus propios países. Por tanto, actualmente, buena parte de los servicios, sobre todo en los países de la OCDE, se producen y consumen

dentro del propio país. Esto tendrá unas consecuencias territoriales, ya que aquellos territorios donde se localicen las sedes de las empresas de servicios, tendrán un mayor peso e importancia convirtiéndose en áreas de control económico y social, y se situarán preferentemente en las grandes ciudades. Paralelamente, van a aparecer las áreas de dependencia, subordinadas a los centros de control, representadas por las zonas periféricas, produciéndose de ese modo una evidente polarización. Como consecuencia, el grado de desarrollo, la calidad de vida, los aspectos medioambientales se verán afectados por esta dualidad entre áreas de control y áreas dependientes, siendo ésta una situación que puede variar con el tiempo en función de decisiones estratégicas.

Este desplazamiento espacial tendrá una repercusión sobre el territorio con la creación o pérdida de puestos de trabajo. Las grandes áreas de control normalmente se ubicarán en las capitales de los Estados, mientras que las empresas filiales nos muestran la dependencia del área periférica frente a las áreas centrales y las sedes sociales. El control exterior puede ser muy importante, prescindiendo en muchos casos de la óptica y del punto de vista regional, subordinándolos a las decisiones de las sedes centrales.

Esta disimetría entre áreas de control y áreas dependientes puede producirse a distinta escala, tanto internacional como nacional o regional. Esto originará una tipología espacial que irá evolucionando y que va a ocasionar unos impactos que influirán en las redes urbanas, incluso en el propio paisaje. Además, en las áreas de dependencia se pueden detectar conflictos sociales, ya que frecuentemente los intereses externos pueden colisionar con los locales. En ocasiones, el desenvolvimiento de estas zonas, conducido según directrices del exterior, puede desembocar en un retroceso económico. La subordinación de un área a intereses y capitales extranjeros aumenta la dependencia de estas zonas, la fragilidad y los desequilibrios territoriales. En cuanto a las áreas de control, la presencia de las sedes va a incidir en la mejora del nivel de vida de la población así como las dotaciones y equipamientos, un tipo de arquitectura particular, representando hitos espaciales con un carácter significativo. Esta diferenciación entre parcelas de control y áreas dependientes, contribuye a la segregación espacial y a la diferenciación económica. Estos elementos socio – económicos que intervienen sobre el espacio pueden contribuir a distorsionar los proyectos que estaban elaborándose con gran corrección técnica. Por ello, toda planificación territorial debe basarse no únicamente en objetivos técnicos formales, sino que deben tener en cuenta el análisis del contenido económico y social.

TEMA 3

LAS REDES DE SERVICIOS

- CLASIFICACIÓN Y TIPOLOGÍAS DE SERVICIOS
- TRASCENDENCIA DE LOS SERVICIOS EN LA ORGANIZACIÓN DEL MODELO SOCIO – ECONÓMICO ACTUAL

1. CLASIFICACIÓN Y TIPOLOGÍAS DE SERVICIOS

Todas las clasificaciones de servicios que se han establecido se han basado en la función principal que realiza la actividad de servicios. La gran diversidad de este sector va a dificultar cualquier intento de clasificación de los servicios. El objetivo fundamental de cualquier clasificación es poder medir el volumen de los servicios dentro de un país.

La tradicional división ternaria está comenzando a ser inaplicable debido a las interrelaciones entre sectores, entre las que destacan la relación entre la industria y los servicios o la industria agroalimentaria. Si cada vez es mayor la interdependencia, será más difícil englobar una actividad determinada de servicios. Toda

clasificación de los servicios resultará demasiado rígida si la comparamos con la realidad. Pese a las dificultades, desde un punto de vista estadístico, las tipologías de servicios resultan imprescindibles.

Una de las primeras clasificaciones es la de Browning y Singlemann, quienes elaboran una clasificación de las actividades económicas desde un punto de vista funcional. Con respecto a los servicios, los autores establecen cuatro epígrafes distintos:

" *Servicios a la producción*: no están destinados al consumo final, y dentro de estos se encuentran los servicios bancarios, de seguros, contabilidad, agencias de empleo, investigación, transferencias de tecnología, etc.

" *Servicios de distribución o reparto*: transporte, servicios comerciales (mayoristas o minoristas), etc.

" *Servicios sociales o colectivos*: pueden estar prestados bajo control público o privado, y se concretan en servicios médicos, educativos, administrativos, postales, etc.

" *Servicios personales*: son prestados para su consumo final; nos referimos a servicios de ocio, restaurantes, cafeterías, hoteles, peluquerías, etc.

En las clasificaciones oficiales, todo tipo de actividades de trabajo doméstico o sumergido no se ve reflejado, pero cada vez tienen más importancia. Otras organizaciones oficiales han establecido clasificaciones, como en el caso de la ONU, con la clasificación conocida como CIIU, que ha establecido cuatro grupos de actividades de servicios:

" *Servicios comerciales*: tanto mayoristas como minoristas.

" *Transportes y comunicaciones*.

" *Actividades financieras, de seguros, inmobiliarias y de servicios a las empresas*.

" *Servicios colectivos*.

En esta clasificación se emplea un principio economicista, los aspectos espaciales no se tienen en cuenta. Dentro de los servicios colectivos nos podemos encontrar cosas tan dispares como un cuartel y una peluquería.

El interés de esta clasificación se debe a que posteriormente ha sido utilizada por la Comisión Europea para establecer la nomenclatura de actividades económicas de la Unión Europea, que es la base con que se elabora

el Eurostat y porque desde el 1 de Enero de 1993 es de obligada aplicación. En lo que hace referencia a los servicios, tiene once epígrafes.

Otras clasificaciones han tratado de aislar dentro del sector servicios, al subsector del terciario superior o cuaternario, referido a las actividades de investigación científica, gestión, profesionales liberales, altamente cualificados y especializados. Incluso hay algunos que hablan del sector quinario, con actividades relacionadas con la toma de decisiones en aspectos técnicos u organización del territorio, con una especialización extrema.

De todas estas clasificaciones, para los geógrafos, unas tienen más interés que otras, lo que nos conviene es que una clasificación nos permita conocer las razones que motivan que un servicio se implante en un área determinada, así como saber cuales son las consecuencias derivadas de la implantación de un servicio en un lugar determinado. Esto le permite al geógrafo establecer políticas de planificación. También ha habido geógrafos que han intentado establecer clasificaciones, como, por ejemplo, Rochefort, que trata de establecer una clasificación teniendo en cuenta los aspectos espaciales para el establecimiento de una actividad de servicios; se divide en siete epígrafes:

" Servicios comerciales. " Servicios administrativos." Servicios de organización y asesoría." Servicios bancarios. "Servicios educativos "Servicios culturales " Servicios lúdicos.

En esta clasificación faltan los servicios de transporte, algo realmente paradójico. Un aspecto que se establece son las diferencias según la estructura y tamaño de las empresas que prestan los servicios, si el servicio es público o privado, algo que también hizo Greenfield. En el caso de los servicios públicos, estos emanan del control y la administración pública con el objetivo de cubrir las necesidades del conjunto de la ciudadanía. En el caso de los servicios privados, el objetivo principal es obtener la máxima rentabilidad. Con relación a estos últimos, cada vez tienen más importancia los servicios prestados a las empresas, que tienen un carácter intermedio y van a contribuir a la producción. Los servicios a la población se destinan a un consumo final por parte de los individuos o las familias. Esta diferenciación también ha sido asumida por la geografía, especialmente la geografía económica, que estima que los servicios a las empresas van a adaptarse al tipo de actividad económica que existe en un área.

A pesar de esta diferenciación, algunos servicios tienen carácter combinado, reúnen prestaciones a las empresas y a la población, como, por ejemplo, los servicios bancarios. Otra clasificación más reciente, con un carácter pluridisciplinar, hecha en los años 80 por geógrafos y economistas, intenta combinar distintos aspectos y tener en cuenta la relación, más estrecha, entre la industria y los servicios. Basándose en esta vinculación, se establecen cuatro grupos en relación con la actividad económica en general:

" Fabricación

" Distribución

" Circulación

" Regulación

Además, estos también estudian las funciones llevadas a cabo por las empresas. Esta clasificación es de gran utilidad en su concepción teórica, pero en la práctica, su aplicación resulta difícil, porque no es una clasificación oficial y no se cuenta con estadísticas agregadas que concuerden con esta clasificación. Para finalizar, desde un punto de vista geográfico, lo que le interesa al geógrafo es analizar cuales son las razones para la implantación de un servicio en una zona determinada y cuales son las consecuencias espaciales de la ubicación de un servicio en una zona determinada. Otro aspecto interesante es conocer cual es la función de un servicio, así como su titularidad, ya sea pública o privada.

- TRASCENDENCIA DE LOS SERVICIOS EN LA ORGANIZACIÓN DEL MODELO SOCIO – ECONÓMICO ACTUAL

La localización de los servicios y las implicaciones territoriales de estos tienen un carácter fundamental. Algunos geógrafos consideran que en el ámbito interno de los países desarrollados, las diferencias son más importantes entre unas regiones y otras dentro de un mismo país, que entre unos países desarrollados y otros. No todas las regiones ofrecen las mismas características y potencialidades para el desarrollo de las actividades de servicios. Algunas regiones han tenido gran especialización en el sector servicios mientras que otras quedaron más relegadas. Así, Bailly y Bolianne han diferenciado tres tipos de regiones según su actividad productiva:

" *Sociedades de tipo industrial*: tienen al menos un 50 % de la población

activa dedicada a actividades industriales

" *sociedades de consumo*: como mínimo, el 50 % de la población activa

debe estar empleado en actividades relacionadas con la distribución,

tales como actividades comerciales, educativas, sanidad, servicios

personales o de ocio.

" *Sociedades de la información*: por lo menos, el 40 % de la población

activa debe dedicarse a actividades de circulación, como pueden ser el

transporte de bienes y personas, el tráfico de información y

conocimientos científicos y los servicios bancarios o de seguros.

Dependiendo del escenario de cada región, se adoptarán distintas políticas de ordenación en función de las características del territorio. Con relación a los procesos de terciarización de las sociedades occidentales, se van a producir los procesos de urbanización, de forma que, actualmente, los servicios más importantes se concentran en determinadas áreas metropolitanas como Nueva York, Tokio, Londres o Francfort.

Debido a la gran diversidad de los servicios, es conveniente hacer estudios de detalle para cada región en concreto, de forma que podamos ver la incidencia de los servicios en el espacio. Cada vez es más importante un factor como es la oferta de servicios, sobre todo, en el caso de los servicios a la producción, que se aprovecharán para su localización de determinadas circunstancias específicas como las economías de aglomeración (resulta más ventajoso ubicarse en una zona donde la demanda es más importante por la existencia de otras industrias o empresas de servicios, además de la existencia de mano de obra cualificada). Dentro de los estudios pormenorizados, cada vez es más importante el tema de la externalización de los servicios prestados a las empresas, determinados servicios necesarios para una empresa no se los va a proporcionar ella misma y, para reducir costes fijos, los va a subcontratar, convirtiéndose de esta manera en costes variables (seguridad, limpieza, publicidad, etc.)

Dentro del proceso de reestructuración productiva y de cambio de localización, se pueden emplear varias escalas de análisis:

" *Escala interregional*: nos permite varias observaciones; las empresas de

fabricación industrial en las últimas décadas han tendido a relocizarse, desplazándose no sólo a las periferias de las grandes ciudades, sino también hacia la periferia del mundo occidental, que son los países en vías de desarrollo. Las firmas de servicios, fundamentalmente de servicios a la producción, permanecen concentradas en las grandes áreas metropolitanas de los países occidentales. En general, existe un consenso al reconocer esta concentración de servicios estratégicos en las grandes ciudades. La concentración espacial de estas empresas se debe a que, en estas áreas, las empresas van a contar con unas ventajas de economías externas (mano de obra más cualificada, acceso más fácil a las redes de información, acceso más directo al mercado de demanda de servicios, encuentro directo de oferta y demanda, etc.). La gran flexibilidad económica de estas áreas va a contribuir a la creación de complejos de servicios centralizados. La formación de estos complejos se ve favorecida por la concentración espacial de distintas sedes sociales de las principales actividades económicas.

" *Escala intrarregional*: podemos observar como las unidades de producción industrial han tendido a abandonar los centros urbanos y han salido hacia los extrarradios urbanos. Las razones de esto se estiman en la necesidad de más superficie para las industrias, siendo difícil de encontrar suelo libre en los centros de las ciudades, además de su elevado precio. Por otro lado está la necesidad de proximidad a las vías de comunicación. Hay comportamientos similares en los servicios, con relación a la salida de los centros urbanos, con la creación de centros comerciales periféricos. Por otro lado, está el proceso de servicios centrales, servicios que tienden a concentrarse en las zonas centrales

ya que es fundamental para su rentabilidad económica. En el caso de los servicios, observamos como la descentralización de actividades rutinarias se hace sin salir de las áreas metropolitanas, mientras que las empresas industriales se descentralizan hacia países en vías de desarrollo. Para comprender el desplazamiento hacia la periferia, hay que tener en cuenta también factores sociales, considerando la situación del mercado de trabajo. Un área metropolitana cuenta con gran diversidad de grupos sociales, mano de obra muy cualificada, costosa pero útil, así como mano de obra poco cualificada, que acepta salarios bajos y empleos precarios. Esta segmentación tendrá consecuencias en la distribución de la residencia de las distintas poblaciones. En los últimos años se ha producido un proceso de exurbanización motivado por la salida de determinadas actividades de servicios hacia la periferia, lo que ha posibilitado la descongestión de algunos espacios centrales, creciendo los municipios periféricos o siendo absorbidos, a veces, por las grandes ciudades. Aparecen los parques terciarios. En estas zonas suburbanas, muy dinámicas, a veces se han situado, cercanas entre sí, distintas actividades tales como terciario con actividades industriales, que pueden persistir o mezclarse con usos residenciales. En pocos kilómetros nos podemos encontrar con zonas bien integradas y otras completamente marginadas, con fenómenos de chabolismo, etc. Esto plantea cuestiones al realizarse la ordenación territorial:

" Inadecuada vertebración social de las actividades de servicios, que tienden a localizarse de forma desordenada, no articulan el territorio, van en busca del mayor beneficio." Persistencia del déficit de suelo para la localización de las distintas actividades. "Déficit de redes de

comunicación " Falta de espacios verdes y su relación con el medio.

Todos estos problemas han hecho que se hayan creado en algunas ciudades planes estratégicos para corregir estos problemas, es destacable el plan Barcelona 2000, iniciado en 1992.

TEMA 4

LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS

SERVICIOS

- LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y CONSECUENCIAS.
- ESCALA ESPACIAL DE LOS SERVICIOS.
- DISPARIDADES INTERNACIONALES.

Los servicios normalmente han sido estudiados desde un punto de vista económico, sin embargo, hay aspectos sociales y espaciales que tienen gran importancia para comprender el papel de los servicios en la actualidad, haciéndose necesario un enfoque multidisciplinar. Desde el punto de vista geográfico, el territorio actúa como un soporte donde se van a ubicar las actividades de servicios y, por tanto, el reparto y distribución de servicios a lo largo de un territorio va a dar lugar a una configuración espacial concreta.

La localización de los servicios sobre un territorio, implica una estructuración espacial del mismo, que se produce desde el punto de vista de las empresas productoras de servicios y de los demandantes de los mismos. El enfoque geográfico de los servicios debe tener en cuenta distintos aspectos que intervienen en la localización espacial de un servicio, no tan sólo los aspectos físicos, por ejemplo, la red de infraestructuras existente, la topografía de un territorio, etc.

Los aspectos sociales también van a determinar la distribución espacial de los servicios, los agentes económicos que intervienen en el proceso de decisión de localización de servicios, los clientes, los flujos existentes entre agentes económicos y clientes, etc.

Los investigadores que han seguido un punto de vista geográfico han tratado de elaborar una teoría explícita que sirviese para explicar la distribución y el reparto espacial de los servicios. Esta teoría debe recoger una serie de supuestos o postulados explícitos. Estas teorías suponen un intento de abstracción teórica basándose en una serie de leyes generales:

Concepción teórica * Hipótesis * Análisis e interpretación de la realidad

Entre las primeras concepciones teóricas, una de las más conocidas es la elaborada por Walter Christaller, geógrafo alemán que en los años treinta elaboró la *teoría de los lugares centrales*, que establece una serie de regularidades en el espacio y en el tiempo y que se va a establecer como teoría explicativa de la formación de redes y jerarquías urbanas.

La plasmación de esta teoría se ha establecido sobre la base de unas redes de polígonos con unos núcleos. En realidad, esta teoría se basa en las elaboraciones teóricas de un economista, August Lösch, que es el primero en establecer la relación entre jerarquías y redes urbanas. La teoría de los lugares centrales dio paso a una renovación en la ciencia geográfica, ya que se va a ofrecer un marco teórico adecuado para interpretar las distintas localizaciones de las actividades económicas. Dentro de esta teoría, existe una noción, la de *umbral*, que se refiere a la población o densidad mínima necesaria para que una actividad de servicios se implante en un área determinada y sea capaz de mantenerse, en definitiva, ser rentable. La base de la idea de umbral es

que la distribución de la oferta de servicios ha de ser la óptima para que un determinado servicio llegue a una población dispersa. Esta teoría va a estudiar la localización, tamaño y distribución espacial de cada una de las aglomeraciones con actividades económicas representadas por puntos dentro de los esquemas. Ha sido una teoría muy vinculada a la geografía urbana, ya que permite comprender la tendencia a la concentración urbana de los servicios. Además, esta teoría también sirve para explicar fenómenos como los de descentralización o relocalización de los servicios. El desarrollo de esta teoría y su propagación no se produce hasta finales de los cincuenta o principios de los sesenta, en que se traduce del alemán al inglés, experimentando también la geografía humana una importante transformación en esta época, la *revolución cuantitativa*, que supondrá la creciente importancia de modelos abstractos, matemáticos y geométricos.

Otro de estos modelos similares es el modelo del estudio de las áreas centrales, *áreas de influencia*, con el objeto de saber el lugar más adecuado para la ubicación de un servicio. El área de influencia es variable y distinta según el servicio. En las últimas décadas se han elaborado trabajos basados en estas teorías para intentar comprender los motivos que conducen a una implantación espacial determinada de los servicios. Sin embargo, estos modelos geométricos nunca logran abarcar la gran complejidad de las actividades humanas, siempre más complejas que cualquier modelo matemático, donde además intervienen factores subjetivos e irracionales.

• LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y CONSECUENCIAS

Para comprender la localización territorial de los servicios, debe tenerse en cuenta que, evidentemente, no todos los lugares son equivalentes. Cada lugar tiene unos recursos, cualidades y situaciones espaciales específicas, siendo estos los factores previos que deben considerarse para explicar la localización de un servicio. Cuando una actividad de servicios se instala en un área, es capaz de transformar ese territorio, puede modificar las características iniciales, crear un paisaje específico, normalmente identificado con un paisaje urbano, creando así un paisaje de servicios que es distinto, por otra parte, al paisaje industrial o agrario. Además de la capacidad de modificación del territorio, los servicios tienen un impacto sobre ese territorio, una serie de efectos inducidos sobre él, con repercusiones sobre el medio natural y humano así como las actividades y comportamientos de los habitantes de esa área. Por esto la importancia de la planificación de las actividades de servicios en dicha zona para conseguir la compatibilidad entre las diversas actividades, algo que compete a los poderes públicos, sobre todo, municipales. La ubicación de una actividad de servicios en una zona nunca es un factor neutro, sino que la instalación conlleva una serie de consecuencias de orden material y social, dará lugar a un uso específico del suelo y una organización global del territorio, incidirá sobre la convivencia y el bienestar social de los habitantes de la zona.

Los servicios desencadenan una serie de diversas relaciones. Los espacios donde se asienta una actividad de servicios son fuertemente relacionales. Este carácter relacional es en gran parte intangible, algo normal si tenemos en cuenta las propias características de los servicios. Sin embargo, podemos conocer el nivel de intensidad de las relaciones, por ejemplo, mediante los contactos telefónicos.

Con relación a las consecuencias de los servicios sobre el territorio, las cualidades sociales y culturales de un lugar se van a ver modificadas por la presión de los servicios; no sólo van a ser impactos físicos, los aspectos sociales y culturales harán que se adopte una tipología u otra (servicio público o privado) y también influirán en el número de personas que van a verse equipadas.

A partir de las claves vistas anteriormente, podemos obtener explicaciones que nos ayudarán a comprender a los servicios desde un punto de vista geográfico.

2. ESCALA ESPACIAL DE LOS SERVICIOS

Todo conjunto de servicios combinados entre si se desenvuelven en un ámbito territorial, que es una superficie geográfica concreta sobre la que se establecen y se desenvuelven las actividades terciarias. Este

espacio constituye un foco, núcleo o centro de servicios. A partir de ese foco, en su entorno se van a generar una serie de áreas de influencia, desde las cuales se van a generar unos flujos hacia el núcleo central suministrador de servicios. La instalación de servicios en un área promueve relaciones de intercambio entre el núcleo y las áreas, que pueden producirse a escala mundial permitiendo de este modo la comparación entre distintos estados según el grado de implantación de los servicios en cada uno de ellos. Las empresas internacionales van a elegir sus emplazamientos basándose en sus propias estructuras de mercado e intercambios económicos. Los mencionados flujos también pueden producirse a escala nacional, optando las empresas por ubicarse en aquellas regiones más convenientes para su actividad.

En el caso de los servicios públicos, lo habitual es que exista una sede central en la capital y distinta de las de las regiones o provincias. Resultan muy importantes las labores de prospección con relación a servicios como educación y sanidad principalmente, para elegir correctamente la ubicación de esos servicios. Estas labores de prospección son básicas para la correcta ordenación territorial, ya que van a garantizar a los habitantes de un área el acceso a unos servicios determinados que les son muy necesarios. La ordenación del territorio es un instrumento de equilibrio y ajuste territorial. En el caso de los servicios privados, la labor prospectiva es importante para elegir un emplazamiento conveniente, algo primordial para evitar rivalidades y competencias, así como pérdidas económicas por un exceso de concurrentes.

Habitualmente, los encargados de labores prospectivas han sido ingenieros y economistas. En los últimos años, los geógrafos también tienen una parte importante en estas labores, debido, fundamentalmente, a su sensibilidad especial sobre el territorio.

Podemos decir que las planificaciones se sirven del concepto de jerarquía urbana, lugares centrales (Christaller). Ejemplos de esto son los sistemas de asentamientos en los polders holandeses, terrenos ganados al mar mediante diques, que han sido organizados mediante esta jerarquía. El análisis de la distribución de los centros comerciales y la delimitación de sus áreas de influencia fueron unos de los aspectos tenidos en cuenta durante la reorganización administrativa del Gran Londres. Todo esto pone de manifiesto la utilización de determinados conceptos teóricos, como el de los espacios centrales, que facilitan la ordenación del territorio evitando problemas como los de duplicación, obteniendo beneficios derivados de las economías de aglomeración con la prestación de servicios complementarios entre sí. En la práctica, la aplicación rigurosa de esta teoría resulta más limitada, ya que la actividad humana es mucho más compleja que un modelo matemático, y además, la lógica humana no se corresponde plenamente con una lógica racional, interviniendo muchos aspectos subjetivos (aspectos culturales, históricos, afectivos, etc.)

3. DISPARIDADES INTERNACIONALES

Los desequilibrios en el reparto de los servicios se plantean a distintas escalas. Dentro de la escala internacional, se han establecido diferencias entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo. Antes de la caída del bloque comunista, se hablaba de un tercer conjunto, integrado por los países pertenecientes a este bloque. Basándonos en esta división, podemos señalar tres características principales en la distribución de los servicios:

" Gran disparidad en el porcentaje de población activa empleada en los servicios entre unos países y otros, así como entre los distintos continentes. Los continentes con menor población activa dedicada a los servicios son África y Asia, con la excepción de Japón.

La mayor parte de la población activa de los servicios se concentra en

Europa y Norteamérica. Si descendemos a la escala estatal, hay situaciones intermedias, como la que presentan Sudáfrica, Argentina o Brasil. Asimismo, hay zonas de monocultivo terciario, pequeños países dedicados al turismo como Bahamas o Bermudas.

" El desarrollo de los servicios alcanzado por un país está muy relacionado con cual es el modelo socio – económico adoptado por ese país y cual es su especialización productiva. En los países subdesarrollados, con economías dependientes, la especialización productiva está dentro del sector primario. Hay escasa población trabajando en los servicios. Mientras, los países ricos controlan una gran diversidad de servicios especializados, aunque también van a presentar notables diferencias entre ellos, Beyers señala que hay países desarrollados exportadores de servicios (USA, Francia) y otros países importadores, como Japón.

" Existen grandes diferencias en los modos de organización y prestación de los servicios, centradas principalmente entre servicios públicos y privados. En los países del antiguo bloque comunista, la prestación de servicios era mayoritariamente pública, así como en algunos países de Europa Occidental. Otros servicios son privados, con el objetivo principal de obtener el máximo beneficio.

El conjunto de países desarrollados ha experimentado en las últimas décadas un gran crecimiento del sector terciario, que se puede observar en determinados aspectos económicos, como el PIB. El porcentaje que los servicios representan en el PIB de los países desarrollados es cada vez mayor. Igualmente, este crecimiento se puede medir a partir del valor añadido de la producción, que es la diferencia entre el coste inicial y el valor final del producto al término del proceso productivo. Otro factor que permite medir el desarrollo de este sector es el crecimiento porcentual de población activa empleada en los servicios.

Si nos fijamos en el conjunto de los países de la OCDE, la mayor parte de la población activa trabaja en el sector servicios, prácticamente desde mediados de los ochenta. Sin embargo, hay diferencias notables. En esa época, países como Turquía sólo tenían un 24 % de población activa trabajando en los servicios. Portugal, 39 %; Grecia, 43 %; España, aprox. 50 %; La evolución experimentada por estos países a finales de la década pasada es destacable: Portugal, 44%; Grecia, 49 %, España, 55 %. A mediados de los ochenta, y a diferencia

de estos, Canadá presentaba un 69 % de población activa de servicios, situándose a la cabeza junto a países como Holanda, Bélgica, Suecia o Dinamarca.

Dentro de esta actividad terciaria, ha existido una reorganización interna, no todos los sectores han crecido por igual, algunos de ellos han resultado más dinámicos, acaparando más población activa, siendo estos los de alta tecnología, finanzas, servicios a las empresas, etc. Por otro lado, otras actividades han resultado más estáticas, con tendencia al descenso, como el transporte o el comercio al por menor.

Se ha producido un constante incremento de la población activa femenina que trabaja en los servicios, debido a la incorporación de la mujer al trabajo y también a las cualidades de los puestos de trabajo en este sector, que van a elegir mano de obra femenina en actividades como servicios de venta o educación no universitaria, por considerarlos más apropiados al carácter de la mujer. Sin embargo, pueden establecerse notables diferencias según los sexos. En el sector sanitario, el número de mujeres es elevado, pero no se concentra en los niveles más altos, sino que está integrado fundamentalmente por enfermeras.

En los países desarrollados no sólo se ha producido un crecimiento de la población activa dedicada a los servicios, sino que además este se ha correspondido mayoritariamente a población asalariada, aunque no se puede desdeñar la importancia de los trabajadores autónomos, sobre todo, en períodos de crisis, como opción al paro.

En los países en vías de desarrollo, nos encontramos con un problema para el estudio de las actividades de servicios, la información estadística disponible es escasa y deficiente, siendo difícil establecer comparaciones con los países desarrollados. Pese a esto, podemos decir que en los últimos años, las actividades terciarias han crecido bastante más deprisa que las actividades agrarias e industriales. Esto ha llevado a hablar de una hipertrofia de las actividades de servicios en estos países, con unos crecimientos exagerados y descontrolados, que no se corresponden a un desarrollo similar del nivel de vida.

Aquí no sirve el modelo de servicios como el de los países desarrollados, principalmente debido a aspectos históricos, sociales y culturales, ligados al proceso de colonización. En estos países, la mayor parte de la población activa se concentra en el sector primario:

América Latina * 35 % primario, 25 % secundario, 40 % terciario.

Asia * 50 % primario, 20 % secundario, 30 % servicios.

África * 70 % primario, 10 % secundario, 20 % servicios.

Como norma general, la población más pobre se concentra en el sector primario, mientras que buena parte de las actividades de servicios están desarrolladas por las clases más acomodadas. Al ser escaso el sector industrial, el desarrollo económico y social de estos países no ha sido completo a lo largo de la historia. Por ello, se está consolidando la situación de atraso, postergación y dependencia. Para tener en cuenta esta situación, hay que analizar el proceso de colonización de estos países. Toda serie de materias primas no elaboradas se siguen extrayendo, lo que explica la ausencia de industria significativa.

El crecimiento de las actividades terciarias se relaciona claramente con el crecimiento de las aglomeraciones urbanas, produciéndose una concentración de los servicios en estos núcleos. Este rápido crecimiento urbano ha sido carente de planificación y ha dado lugar a la aparición de formas de crecimiento marginal (chabolas, favelas, bidonvilles).

En los países del antiguo bloque comunista, el desarrollo de los servicios fue generalmente menor que en los países occidentales capitalistas, debido al modelo social y económico adoptado por aquellos países, basado en un control estatal de la economía y en la preponderancia de la industria. En la antigua RDA, a mediados de los

ochenta, el 50 % de la población activa trabajaba en la industria y el 40 % en los servicios. En Checoslovaquia, por estas mismas fechas, el 48 % de la población activa trabajaba en la industria y el 45 % en los servicios. Esto acarreaba una serie de problemas medioambientales, industrias obsoletas, etc. En estos países, los empleos existentes en el sector de los servicios eran mayoritariamente públicos, centrados en las prestaciones colectivas a la población. Al integrarse estos países en la economía de mercado, los servicios han tomado cierto auge y crecimiento, así como muchos servicios se han privatizado, adquiriendo más importancia el sector pese a que los servicios actualmente no estén al alcance de todos, dependiendo del poder adquisitivo su disfrute.

TEMA 5

SERVICIOS PÚBLICOS A LA POBLACIÓN Y LAS BASES DEL ESTADO DEL BIENESTAR

- LOS SERVICIOS SOCIALES
- LOS SERVICIOS PÚBLICOS Y EL MERCADO DE TRABAJO
- LOS SERVICIOS DE PROTECCIÓN SOCIAL Y CATEGORÍAS DE ACTUACIÓN.

1. LOS SERVICIOS SOCIALES

Buena parte de los servicios públicos son servicios sociales que tienen gran trascendencia para la vida en sociedad, lo que ha hecho que los Estados se ocupen de ello desde hace bastante tiempo. Esta responsabilidad del Estado se consolida históricamente tras la Revolución Industrial, que da lugar a la aparición de la clase obrera (en trance de desaparición). También se consolida después de la Revolución Francesa, en la que se afianza la idea de ciudadano como una persona con unos derechos y obligaciones ante el Estado.

En el caso de España, la administración social arranca de un decreto de 1883 en el que se crea una comisión que estudia mejorar las condiciones de la clase obrera, iniciando una vía de reformismo social elaborando proyectos de ley en relación con temas como los accidentes de trabajo, el trabajo de niños y mujeres, conflictos entre patronos y obreros, etc. En 1890, esta comisión se denominará Comisión de Reformas Sociales, para atajar problemas evidentes y así evitar un estallido revolucionario. En 1903, esta comisión se convierte en Instituto de Reformas Sociales, que se encargará de la legislación en materia de trabajo, las primeras estadísticas laborales y además también se encargará las inspecciones laborales dentro del Servicio de Inspección del Trabajo. En 1908, promovido por este instituto, se va a crear el Instituto Nacional de Previsión, que se ocupará de las pensiones de retiro o jubilación para sus asociados, que hasta 1921 dicha asociación era voluntaria, lo que hacía que fuese ineficaz debido a la baja afiliación provocada por la escasez de recursos económicos de los trabajadores. En 1920 se crea el Ministerio de Trabajo, al que se asociarán estos dos institutos.

En 1981, este ministerio se llamará Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. En 1988 se crea el Ministerio de Asuntos Sociales, que va a recibir a su cargo distintos institutos como el Instituto Nacional de Servicios Sociales (INSERSO), el Instituto de la Mujer o el Instituto de la Juventud. En 1993 se introdujeron en este ministerio los asuntos relacionados con las migraciones. Con anterioridad a la creación de este Ministerio, desde 1978, las distintas labores en materia de administración social se van a descentralizar, lo que podía dar lugar a desigualdades. Desde 1988 hay un plan concertado entre las tres administraciones (Nacional, Autonómica y Local), que tiene el objeto de desarrollar servicios sociales básicos de forma coordinada, fijando una serie de compromisos; se trata de garantizar unos mínimos de calidad en materia de servicios sociales para toda España, con una serie de equipamientos como ayudas a domicilio, inserción social, alojamiento, etc.

Hasta 1921 no era obligatoria la afiliación, se crea el retiro obrero obligatorio, que antes de 1978 dependía del

Instituto Nacional de Previsión, cuyas labores se complementan con el Instituto Social de la Marina, creado en 1930, y en 1946 se crea el Servicio de Mutualidades Laborales. Durante la transición se crea el Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS), que dependía del Ministerio de Trabajo, y que va a encargarse de las prestaciones económicas del sistema de seguridad social. Por otra parte, las prestaciones sanitarias pasan a depender del Instituto Nacional de la Salud (INSALUD). Otro instituto se ocupará de los problemas sociales, el INSERSO, dependiente del Ministerio de Asuntos Sociales.

En los últimos años se ha desarrollado un tejido no gubernamental, que ha crecido de manera importante en los últimos años, y se ha preocupado de los problemas sociales, son las organizaciones no gubernamentales (ONG), cada año reciben el 0,5 % del IRPF así como otras donaciones y subvenciones. Estas redes han aumentado su presencia, y el Estado les ha cedido algunas parcelas de responsabilidad.

- **LOS SERVICIOS PÚBLICOS Y EL MERCADO DE TRABAJO.**

En el caso de España, la difícil situación del mercado de trabajo (aproximadamente 20 % paro), ha sido motivo importante para una especial preocupación por parte de los poderes públicos, que han desarrollado en los últimos años distintas medidas para atajar el problema del paro.

Para hablar con precisión de este problema, debemos tener claros algunos conceptos previos. La población activa u oferta de mano de obra, está compuesta por personas que se encuentran en edad de trabajar (entre 16 y 65 años). En realidad, está compuesta tanto por parados como por empleados. Tendríamos, por el contrario, la población inactiva, formada por personas en edad laboral pero que no constituyen oferta de trabajo, nos estamos refiriendo a estudiantes, amas de casa, etc. Con estos criterios se van a elaborar unas tasas que van a servir de indicativo para los gobiernos para establecer las distintas medidas:

" *Tasa de actividad:* **$\text{Población activa} / \text{Población en edad de trabajar} \times 100$.**

En España, esta tasa tradicionalmente ha sido bastante baja. En 1992 se

acercaba al 50 %, lo que incide notablemente desde el punto de vista

social, siendo destacable asimismo el 35 % de tasa de actividad

femenina.

" *Tasa de ocupación:* **$\text{Población ocupada} / \text{Población en edad de trabajar} \times$**

100

" *Tasa de paro:* **$\text{Población parada} / \text{población activa} \times 100$.**

Refleja la mano de obra disponible que está sin trabajar.

El desequilibrio entre la oferta y la demanda de mano de obra da lugar a las altas tasas de paro. Generalmente, las tasas de actividad han bajado bastante en los últimos años ya que cada vez se retrasa más la incorporación al mundo laboral. Además, la salida de la población activa del mercado de trabajo se está adelantando mediante jubilaciones anticipadas. La reestructuración de la economía ha incidido negativamente en el mercado de trabajo español. Estos problemas son de tipo estructural, algo que viene avalado por el hecho de que, históricamente, en España la mano de obra disponible ha sido siempre superior a la demandada, lo que explica las distintas corrientes emigratorias a lo largo de este siglo y parte del pasado.

Las tasas de paro y ocupación no se distribuyen de manera uniforme, tienen distinto comportamiento según

los sectores productivos o el nivel de formación de los aspirantes a encontrar empleo; cuanto mayor es el grado de formación, menor es la tasa de paro y menor es también la desigualdad entre hombres y mujeres. A lo largo de los años ochenta ha habido distintas acciones para fomentar el empleo, como el Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional, que se han visto favorecidos por un fondo estructural europeo, el Fondo Social Europeo. Se trata de fomentar la movilidad geográfica y social de los trabajadores dentro de la Unión Europea. Se pretende facilitar la adaptación a los cambios en el sistema de producción. El FSE se distribuye según el principio de adicionalidad con otros fondos nacionales y según una clasificación de los países y las regiones en distintos objetivos preestablecidos:

" *Objetivo 1:* regiones consideradas como las más atrasadas, tienen un PIB

por habitante inferior al 75 % de la media de la Unión Europea. Dentro

de este objetivo se engloba el 60 % de la población española. Estas

regiones reciben el porcentaje más importante de los fondos

estructurales europeos, aproximadamente 2/3 del total.

" *Objetivo 2:* se aplica a zonas industriales en reconversión. " *Objetivo 3:* combate el paro estructural de larga duración. Engloba toda

la UE.

" *Objetivo 4:* inserción profesional de los jóvenes.

" *Objetivo 5:* se aplica a zonas rurales

" *Objetivo 6:* zonas con baja densidad de población.

• LOS SERVICIOS DE PROTECCIÓN SOCIAL Y CATEGORÍAS DE ACTUACIÓN.

La protección social consiste en la cobertura de las necesidades básicas de los individuos que no pueden cubrirlas por sus propios medios. Esto se lleva a cabo mediante programas de solidaridad colectiva. Este fenómeno de protección social es propio de las sociedades avanzadas. Empezó a ponerse en marcha a finales del siglo XIX en algunos países europeos. Esta noción arranca de la Revolución Francesa, y a partir de este momento florece la idea de que toda persona en edad de trabajar debe ser capaz de hacerse cargo de sus necesidades y las de su entorno familiar con su propio esfuerzo. Cuando al ciudadano no le es posible hacerse cargo de sus necesidades, estas serán cumplidas por la sociedad en su conjunto. Se trata de pasar de una atención de carácter caritativo a unos servicios sociales regidos por unos principios básicos como la normalización de los servicios o su universalización. La finalidad última de los servicios sociales es erradicar las desigualdades y prevenir causas de marginación social.

Basándose en el criterio elemental de protección social, la sociedad debe proteger a las personas que no tienen trabajo, bien porque están fuera de la edad laboral, o están paradas o enfermas. La protección social se lleva a cabo mediante distintos tipos de prestaciones:

" *Transferencia de rentas:* subsidios de desempleo o jubilación,

indemnizaciones, etc.

" *Prestación de servicios:* asistencia sanitaria, enseñanza, residencias de

ancianos.

" *Prestación de exoneraciones fiscales*: rentas no contributivas.

Para prestar esta serie de servicios se requiere una financiación que se obtiene mediante las cotizaciones sociales o los impuestos. Tras la Segunda Guerra Mundial, las distintas administraciones públicas de los países de Europa occidental han dado cada vez más importancia a los gastos sociales, lo que ha permitido hablar de la noción de *Estado del Bienestar* como organización de amparo para los ciudadanos. Esta noción se generaliza en los países europeos durante los años sesenta, y en España algo más tarde, en los años ochenta. Las prestaciones por desempleo y jubilación han ido adquiriendo mucha más importancia, mientras que parcelas como educación y sanidad se han mantenido. Actualmente, el gasto social representa en España el 25 % del PIB. Al haber un mayor número de personas protegidas por subsidios de jubilación y desempleo, el gasto social es mayor, y pese al incremento de este, en los actuales momentos de crisis económica, algunos puntos de vista liberales destacan una puesta en cuestión de este Estado del Bienestar. Los planes públicos de protección social se están viendo complementados por otros planes de protección de origen privado, algunos de ellos sin carácter lucrativo, como los promovidos por las ONG. Detrás de estas organizaciones se hallan instituciones como la Iglesia Católica, diversas fundaciones, etc.

En relación con la evolución de las prestaciones sociales, la actuación no ha sido del todo mala, ha habido un gran aumento de la esperanza de vida y una mejora en las condiciones de esta. Si bien el gasto social no crea riqueza, si tiende a redistribuirla, una labor esta muy importante para la convivencia social.

Podemos diferenciar distintos criterios de actuación según las categorías de población beneficiadas:

" *Por motivos de edad*: hay varios tipos de prestaciones sociales:

- Protección a la infancia: se dirige a niños con dificultades en su entorno familiar.
- Política a favor de la juventud: promovida por el Consejo de la Juventud, en 1991 elabora un Plan Integral de la Juventud, tratando de mejorar el nivel formativo para mejorar las perspectivas laborales.
- Ayudas a la tercera edad: a inicios de los noventa se pone en marcha el Plan Gerontológico, que trata de mejorar el bienestar de la población de mayor edad estableciendo una red de servicios que favorezcan la participación de este colectivo.

" *Por motivos de sexo*: políticas de corrección de las desigualdades hacia

las mujeres a través del Plan de Igualdad de Oportunidades,

desarrollado en dos fases, la primera entre 1988 y 1990, que tiene como

objetivo conseguir la igualdad desde el punto de vista legal, y la segunda

desde 1990, con el fin de obtener la igualdad plena y real.

" *Por motivos de salud*: para el colectivo de personas discapacitadas o con

minusvalías, se elabora en 1982 la Ley de Integración Social del

Minusválido, que se apoya en varias metas:

- Prevención de minusvalías
- Rehabilitación
- Integración social de los minusválidos

" *Por motivos étnicos*: son medidas destinadas a minorías étnicas, refugiados o inmigrantes. El grupo étnico más representativo son los gitanos. Mediante el Plan de Desarrollo Gitano trata de mejorarse las condiciones de vida o el acceso a los sistemas de protección social como el resto de ciudadanos. Por otro lado, se desarrollan los centros de acogida para inmigrantes y refugiados.

" *Por motivo del lugar de residencia*: se desarrolla un conjunto de medidas dirigidas a los colectivos residentes en zonas geográficas muy desfavorecidas, como las Rentas Mínimas de Reinserción, que tratan de garantizar unos ingresos mínimos a cambio de una participación activa de las personas durante el tiempo de percepción. También conocido como Plan de Empleo Rural, se desarrolló en Andalucía. Existen, por otro lado, planes para barriadas desfavorecidas, con el objeto de eliminar el chabolismo, dentro de los programas de integración social con fondos de la Unión Europea (Proyecto Urban).

TEMA 6

ACTIVIDADES COMERCIALES Y DE MERCADO

- ANÁLISIS A PARTIR DE LA TEORÍA DE LOS LUGARES CENTRALES
- ACTIVIDADES COMERCIALES Y SU IMPLANTACIÓN TERRITORIAL
- COMERCIO AL POR MAYOR
- COMERCIO AL POR MENOR
- RESULTADOS

Toda actividad comercial se localiza sobre un territorio y lo asienta, aunque, por otro lado, las actividades comerciales de servicios sólo representan la tercera parte del comercio total, correspondiendo al comercio de bienes materiales el resto.

- ANÁLISIS A PARTIR DE LA TEORÍA DE LOS ESPACIOS CENTRALES

El estudio de las actividades comerciales se ha intentado llevar a cabo dentro de un marco teórico, con una serie de normas que permiten comprender cada una de las actividades comerciales, considerando la teoría de los lugares centrales como la más utilizada. La comercialización se sitúa como nexo de unión entre la producción y el consumo, esto hace que las actividades comerciales sean complejas, siendo necesario un

enfoque interdisciplinar del fenómeno. Desde el punto de vista de la geografía, principalmente la geografía económica, se analizará el funcionamiento de las estructuras comerciales con relación a los espacios vinculados a esta actividad.

Los planteamientos teóricos de Christaller en su teoría de los espacios centrales han sido utilizados por la geografía económica para intentar elaborar modelos de funcionamiento de las distintas actividades productivas, entre ellas el comercio. Berry trata de adecuar la teoría de los lugares centrales a las actividades comerciales. Esta teoría se aplica tanto a los grandes centros de mercado como a los procesos de distribución al por menor, siendo rápidamente aceptada por el resto de los geógrafos. En los planteamientos teóricos defendidos por Berry se halla recogida la división internacional del trabajo y de las actividades productivas dentro de las sociedades económicamente avanzadas (creciente especialización en determinadas actividades productivas) en tres facetas:

" *Actividades de fabricación o producción material*

" *Actividades de distribución o intercambio*

" *Actividades de consumo*

De esta manera, la distribución comercial supone un conjunto de operaciones a través de las cuales una serie de bienes materiales se transportan del lugar donde se generan al lugar donde van a ser consumidos. Esta labor de puente se realiza en espacios específicos, los mercados, que se sitúan allí donde productores, vendedores y consumidores se reúnen por un intercambio producido con la fijación de un precio.

En estos mercados se producen distintos flujos comerciales en los que intervienen distintos grupos, tales como productores de bienes, comerciantes y consumidores.

Existen distintos tipos de flujos o circuitos comerciales:

" *Circuitos directos o canal corto detallista*: Danone, Coca – Cola,

productos de zonas rurales.

Productor * tienda del director * consumidor.

Productor * detallista * consumidor.

" *Circuitos con distribución o intermediario único*: productos alimenticios

Productor * mayorista distribuidor * detallista * consumidor.

" *Circuitos con distribuidor y revendedor*: productos agrarios.

Productor*mayorista distrib.* revendedor* detallista* consumidor.

Escalafones de los circuitos o flujos:

" *Mercado de origen*: donde se ponen en relación el producto y el mayorista de origen.

" *Mercado mayorista*: donde se ponen en relación el mayorista con el

detallista.

" *Mercado detallista*: donde se ponen en relación el detallista con el consumidor.

Según Berry, la cualidad esencial de todo mercado es la centralidad, noción que implica un aspecto claramente espacial puesto que se refiere a la localización física del mercado. Este tiene que ser central porque debe ser accesible tanto para los productores como para los consumidores. De esta manera, el emplazamiento espacial de las empresas de bienes tiende al mejor suministro de sus posibles demandantes, lo que determina la ubicación de las empresas productoras. Esta noción de centralidad da lugar a una jerarquía de áreas que se distribuyen en el territorio en función de los centros metropolitanos. Esto genera tres tipos distintos de jerarquías según su orden de importancia:

" *Jerarquía vecinal o a escala de barrio*: está determinada por una distancia razonable andando desde el domicilio hasta los puntos de venta (comercio de alimentación, etc.)

" *Jerarquía local o a escala de municipio*: centros de mercado locales, situados dentro de la ciudad y junto a las vías de comunicación, atrayendo a personas de distintos barrios y áreas de la ciudad.

" *Jerarquía regional o a escala de una región*: centros regionales o provinciales, situados en torno a las principales carreteras para facilitar el acceso desde distintos puntos de la región, poseyendo distintos espacios de aparcamiento para facilitar su llegada.

Estos niveles o jerarquías han sido tenidos en cuenta a la hora de la planificación, para conocer así las áreas de influencia. Esto va a facilitar la vertebración del territorio a escala regional y comarcal.

Todos estos elementos pertenecen a un modelo basado en la racionalidad económica, aunque no sólo intervienen factores de este tipo a la hora de elegir el emplazamiento o analizar un modelo, sino que también actúan elementos de tipo social y cultural que distorsionarán en gran medida estos modelos.

• ACTIVIDADES COMERCIALES Y SU IMPLANTACIÓN

La disposición espacial de las actividades comerciales ha ido transformándose en las últimas décadas de manera considerable, transformaciones éstas que han repercutido en el cambio de los modelos de distribución espacial de las actividades comerciales, siendo este cambio más visible en el caso de los comercios de alimentación, pasando de la tradicional tienda de comestibles (ultramarinos, colmado, etc.) a las distintas formas de autoservicio, siendo el consumidor el que elige directamente el producto a comprar. Más tarde, han aparecido los hipermercados y otros grandes establecimientos, que reflejan también la creciente concentración de capital en este sector comercial, en el que, asimismo, se ha sustituido el capital humano por un mayor equipamiento (mayor superficie, nuevas maquinarias, balanzas electrónicas, cajas registradoras, lectores de código de barras). También han surgido nuevas formas de organización y agrupación de comerciantes, bien

sea en forma de franquicias o agrupaciones de compras, algo que también ha influido en la distribución espacial de estas actividades.

Todos estos fenómenos se han producido en un contexto temporal de cambio, tanto económico como social. En España, empezó en los años sesenta, continuando con posterioridad, siendo muy importantes las transformaciones a mediados de los ochenta. Por otro lado, entró en vigor el 1 de Enero de 1996 la nueva Ley de Comercio, que viene a recoger toda esta serie de cambios producidos en las actividades comerciales. Estos cambios no son exclusivos de España, se han dado de manera general, y se consideran como cambios forzosos y generalizados, manifestados en una progresiva desaparición del pequeño comercio, sobre todo cuando no está especializado, implantación de franquicias y la aparición de los grandes centros comerciales a la entrada de las ciudades.

A partir de estos cambios, se ha estancado o ha retrocedido el pequeño comercio tradicional, y han crecido nuevas formas tradicionales que van a incorporar nuevos espacios para las actividades comerciales urbanas. Estas nuevas formas de comercio hacen que aparezcan nuevos centros, en este caso, en los puntos de acceso a las ciudades. Todo esto está muy en relación con el aumento y diversificación del consumo.

Un consumo cada vez más amplio y complejo se corresponde con formas comerciales más complicadas. El aumento de la renta repercute en el gasto familiar, la parte de este destinada a comida o ropa es menor y aumenta el gasto en transportes, actividades culturales o de ocio. Con esta diversificación del consumo han aparecido nuevas formas más complejas para que este se incremente. Al mismo tiempo, el consumo se masifica cada vez más. La distribución o el comercio a su vez, adquieren una dinámica más importante y creciente, aunque este tipo de servicios también aparecen cada vez más relacionados con el resto de sectores y actividades productivas (fabricación de bienes, servicios bancarios, etc.).

• COMERCIO AL POR MAYOR

La labor del comercio mayorista es la de hacer de intermediario entre el productor de los bienes y el comercio minorista. El comercio al por mayor se va a situar al final de la fase de producción y al inicio de la fase de distribución de un producto. Aparte de esta labor de intermediación, existen situaciones de comercio al por mayor bastante diversas.

En algunos países europeos, el número de establecimientos de comercio mayorista fue bastante elevado, con un fuerte ritmo de implantación entre 1950 y 1970, llegando casi a saturarse, produciéndose ahora un estancamiento. Un dato bastante interesante es la relación entre el número de habitantes y el número de establecimientos mayoristas. En 1980, en España, la relación era de 640 hab/estab, esto quería decir que aproximadamente había unos 50.000 establecimientos mayoristas. Estas cifras se pueden comparar a las de otros países, poniéndose así de manifiesto la atomización del comercio mayorista en España. Si nos fijamos en la superficie de los establecimientos, esta se situaba en torno a los 1.000 m² de media. Asimismo, el promedio de empleados también es inferior al de otros países.

Este comercio al por mayor se ha tenido que adaptar a los cambios en el sistema de distribución, apareciendo también nuevas formas comerciales en el sector, como el Cash and carry, una forma de autoservicio mayorista aparecida en Alemania a finales de los cincuenta que además supone ceder algunas funciones como el almacenaje o el transporte. Normalmente, esta fórmula se utiliza para el comercio de alimentación, aunque en España no está muy desarrollada. Otro fenómeno que afecta al comercio mayorista es el asociacionismo, aunque presente en menor medida que en el comercio minorista.

En cuanto a localización territorial de los comercios mayoristas, esta tiende a situarse en emplazamientos centrales, refiriéndonos a lugares de fácil acceso y centrales en relación con la producción y el consumo. La producción tiene lugar en entornos industriales o agrícolas, y el consumo tiene lugar mayoritariamente en las áreas urbanas, dependiendo la localización del comercio mayorista del tipo de productos que vaya a

comercializar. Todos estos factores definen el área de influencia del comercio mayorista, que puede abarcar varios municipios, una comarca o incluso una región.

En España, las regiones mejor dotadas de comercio mayorista son las más pobladas: Cataluña, Madrid, Andalucía o la Comunidad Valenciana, en cada una de las cuales hay más de 5.000 comercios mayoristas. En el caso de Cantabria, según el censo de locales del INE, en 1990 nuestra región contaba con 956 establecimientos y 1.000 locales. El 40 % de los establecimientos se ubican en Santander y sólo el 9 % en Torrelavega; el resto de la región acoge el 51 % restante. En cuanto a los empleados, había algo más de 5.000, de los cuales, el 42,7 % trabajaban en establecimientos situados en Santander, el 16,4 % en Torrelavega y en el resto de la región el 40,9 % restante.

• COMERCIO AL POR MENOR

La función del comercio minorista es mucho más conocida y representa el último paso en el ciclo de distribución, con la venta directa al consumidor. La mayor parte de los estudios de geografía del comercio tratan de este subsector, que tiene una gran variabilidad, tanto en el tiempo como en el espacio. Donde más abundancia hay de comercios minoristas es en el centro de las ciudades, llegándose a una cierta saturación que lleva a la desaparición de los comercios menos adaptados. También forman parte de este subsector aquellas actividades tradicionales, con establecimientos de tamaño muy reducido y anticuadas dotaciones, sobre todo comercios de alimentación, abundantes en nuestro país, aunque sufriendo una importante crisis.

España tiene una importante tasa de comercio minorista, la más alta de toda Europa, en el que dicho comercio ha ido desapareciendo del centro de las ciudades, colocándose en zonas de la periferia, a la entrada de las ciudades. En España hay unos 60 hab./comercio, mientras que en países como Francia, Alemania u Holanda, la proporción se acerca a los 100 hab./comercio. El número de minoristas ha tendido a crecer hasta mediados de los años ochenta. En 1960, había 260.000 comercios minoristas en España. En 1970, este número supera los 430.000, para situarse en 1980 con una cifra de 570.000 comercios. Este crecimiento tiene varias explicaciones, entre 1970 y 1980, en Europa hay una fuerte reducción en el número de establecimientos, mientras que en España este número sigue creciendo, en cierta parte debido a los parados que se autoemplean creando un pequeño comercio que, en muchos casos, desaparecerá posteriormente.

En Cantabria había registrados en 1990 más de 7.000 locales dedicados al comercio minorista, de los que el 19 % eran de comercio no especializado (tiendas de alimentación, normalmente) y en torno al 51 % eran establecimientos especializados. En Santander existían 3.000 locales, algo más del 40 % del total regional, de los que el 55 % se dedicaban al comercio especializado y el 13 % al comercio no especializado, bastante por debajo de la media regional.

En España, la gran abundancia de comercios minoristas hace que el tamaño medio de los locales sea pequeño, aproximadamente 50 m², dependiendo el tamaño del local de la actividad al que se dedique. Esto va a hacer que en los últimos años, mucha parte del comercio minorista que aparece se ubique en las zonas de entrada de las grandes ciudades, pudiéndose hablar incluso de una periurbanización.

Pese a la creciente importancia de las nuevas formas comerciales como los hipermercados, en España el pequeño comercio sigue teniendo gran importancia, pequeñas empresas individuales, con dos o tres empleados como mucho, empleando también fuerza de trabajo familiar. Es abundante la mano de obra femenina, que muchas veces no aparece censada o aparece inactiva, sin darse de alta en la Seguridad Social. En cuanto a la distribución del comercio minorista por sectores, domina el comercio de la alimentación, aunque a partir de mediados de los ochenta este comercio se halla en un proceso de reestructuración y retroceso. En segundo lugar se sitúa el comercio textil, el gasto familiar en vestido es importante y esto tiene su reflejo en el número de locales dedicados. Por otro lado, se sitúa próximo a ellos el comercio de electrodomésticos. Todas estas estimaciones se pueden ir diferenciando a escala provincial, con notables diferencias que se deben a diversos factores:

" *Formas de hábitat* (disperso o concentrado): hay un menor

número de comercios en las zonas con menor desarrollo urbano.

" *Menor presencia de nuevas formas comerciales*: estas provocan una

reestructuración general en el número de establecimientos.

" *Hábitos de consumo*: las zonas rurales tienen una importante tendencia

al autoabastecimiento.

" *Turismo*: provoca un gran aumento en el número de establecimientos

comerciales en zonas turísticas.

Las diversas fuentes para el estudio de las actividades comerciales son el Censo de Locales y las Licencias Comerciales, estas últimas necesarias para vender unos tipos de productos determinados. Un establecimiento puede tener varias licencias comerciales en función de los artículos que venda, existiendo un promedio de 110 – 120 licencias por cada 100 establecimientos. El mayor número de licencias comerciales se encuentra en las provincias con mayor desarrollo urbano y vinculadas con el turismo, Gerona y las Islas Baleares tienen más de 25 licencias/1000 hab. También destacan otras provincias como Madrid, Barcelona, Málaga, Navarra, Huesca y Lérida, con una especialización comercial bastante importante.

A continuación, pasaremos a diferenciar entre el comercio minorista tradicional y las nuevas formas de comercio minorista surgidas en los últimos años. El comercio minorista tradicional constituye en España la mayoría del comercio minorista, casi el 90 % de los establecimientos. Se trata de pequeños establecimientos con titularidad individual o familiar y normalmente, sin nexo jurídico alguno con establecimientos del mismo tipo, siendo poco frecuentes las franquicias o asociaciones, lo que hace que se tenga que enfrentar solo a un mercado muy competitivo, en el que las estrategias comerciales son cada vez más complejas. Normalmente, carecen de instalaciones de almacenamiento, y, en su mayor parte, no tienen empleados asalariados.

Asimismo, la superficie de los establecimientos suele ser escasa, a lo que se suma la antigüedad de los locales, en algunos casos con más de cuarenta años de antigüedad, siendo también deficiente el equipamiento de los mismos debido a la carencia de capitales para ser empleados en reformas y modernizaciones y la edad próxima a la jubilación de la mayoría de propietarios que no favorece los gastos en renovación.

Por todo, la rentabilidad de estos establecimientos es baja y la cifra de negocio, reducida. Este comercio minorista tradicional cuenta con algunas ventajas como un mejor trato al cliente, en algunos casos, mayor calidad de los productos, o también un cierto atractivo para algunos clientes, manifestado en un escaparate llamativo, bien decorado. Este comercio tradicional constituye un rasgo propio del centro de las ciudades.

Dentro de las nuevas formas de comercio minorista, se incluyen formas como los autoservicios, hipermercados o centros comerciales. La introducción de estas nuevas formas ha 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 de comercio tiene gran incidencia en cuanto a la planificación urbana y el reparto de usos del suelo. Desde un punto de vista económico, la trascendencia de estas nuevas formas ha sido creciente y, actualmente, el mayor porcentaje de ventas se corresponde con esta clase de establecimientos.

El **autoservicio** permite al consumidor un acceso directo a los productos, que se ordenan en estanterías o vitrinas, siendo menor la necesidad de empleados. Apareció en Francia en los años cincuenta desarrollándose

con rapidez en otros países y vinculado normalmente al comercio de alimentación. En los años ochenta, en España existían unos 100.000 autoservicios, cada uno de ellos con una superficie comprendida entre los 40 y los 120 m². Por otro lado se encuentran establecimientos como los **superservicios**, cuya superficie abarca entre los 120 y los 400 m², o los **supermercados**, entre los 400 y los 2.000 m². La superficie media en España de los autoservicios era de 62 m². Así como el número de autoservicios en España ha aumentado, no lo ha hecho de igual manera la superficie media de los mismos, lo que indica una debilidad financiera que no permite ampliar el tamaño del establecimiento.

Los autoservicios supusieron una forma de transformación para las antiguas tiendas de ultramarinos, viendo así una manera de adaptarse a los nuevos tiempos. También han aparecido cooperativas que agrupan a pequeños comercios del sector (Alcosant). El número de autoservicios en España es mucho mayor que en otros países como Francia, donde la concentración es mayor. Hay un mayor número de autoservicios en zonas como Madrid, Barcelona, País Vasco o Levante, donde la concentración de la población es mayor, así como la influencia del turismo, sobre todo en la zona mediterránea que pronto contó con la presencia de estos establecimientos. Son formas comerciales propiamente urbanas, que surgen en entidades con un cierto número de habitantes, aproximadamente 3.000.

Otras nuevas formas comerciales son los **almacenes por secciones**, que se dividen en grandes almacenes y almacenes populares, y ambos precisan de una gran superficie de venta. En el caso de los grandes almacenes, esta superficie es mayor que en los almacenes populares. Los primeros se dividen en secciones organizadas por productos. Ambos se rigen por la forma de autoservicio, con un surtido bastante elevado, alrededor de 50.000 artículos. La expansión en España de los almacenes por sectores ha sido tardía, se inició en los años sesenta en algunas grandes ciudades. A comienzos de los ochenta, en nuestro país existían unos setenta grandes almacenes y unos doscientos almacenes populares. Ambos tienen una localización urbana en el centro de las ciudades y son formas comerciales que se hallan en retroceso en toda Europa.

La superficie de los **grandes almacenes** está en torno a los 4.000 m², con unos cien empleados de media. En el caso de España, este sector está dominado por El Corte Inglés. Son formas surgidas a principios de siglo en España, y a finales del siglo pasado en el resto de Europa.

Los **almacenes populares** tienen menos variedad, con menor superficie y precios más bajos, están orientados a una clientela más modesta, teniendo una menor gama de calidades en los productos. Un ejemplo de esta clase de establecimientos es Pérez del Molino.

Los hipermercados y los centros comerciales son las formas comerciales más recientes y las que ocupan más superficie, teniendo un evidente impacto en el territorio. Los **hipermercados** siguen la forma de autoservicio, con unas superficies comerciales mucho más 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, añadiéndose así la superficie del aparcamiento a la superficie comercial. Las tres categorías básicas de productos que se comercializan son alimentación, textil y bazar. Otra de las características de un hipermercado es la amplia política comercial, con abundante propaganda y ofertas de precios. Los hipermercados cuentan con horarios especiales de venta, ininterrumpidos al mediodía y abierto hasta las 22:00 horas. En el municipio de Santander sólo existe un hipermercado (Pryca) y en Camargo, otro (Eroski). La mayor parte de los autores, entre ellos Severino Escolano, piensan que la aparición de los hipermercados y de los centros comerciales es un proceso derivado de la evolución del capitalismo avanzado, con la necesidad de distribución masiva de productos para el consumo. La presencia de uno o varios hipermercados en un ámbito metropolitano o urbano nos indica que hay una alta densidad y un mayor nivel de rentas.

Estos establecimientos necesitan de amplias superficies de suelo, normalmente periurbano, exigiendo además una alta motorización de los consumidores, estando relacionada la ubicación de un hipermercado con el trazado de infraestructuras adecuadas. El hecho de que un hipermercado se implante en una zona de la

periferia hará necesaria la remodelación de las vías colindantes para permitir el acceso a un elevado número de vehículos. Un hipermercado dinamiza el tráfico, incluso saturando las vías de comunicación.

Existen otra serie de efectos territoriales, como la creación de áreas de atracción, condicionadas también por el trazado viario. Los primeros hipermercados que aparecieron en España lo hicieron a mediados de los setenta, en Gerona, extendiéndose posteriormente a otras provincias, siendo acogidos como una contrariedad por los propietarios de las pequeñas tiendas. En 1975, sólo existían nueve hipermercados, y a mediados de los ochenta, eran ya sesenta establecimientos. Este crecimiento no se ha producido de igual manera en todas las provincias. La presencia de hipermercados en España es mucho menor que en otros países de Europa, como Francia, Alemania o el Reino Unido, pero la aparición de hipermercados no ha supuesto en nuestro país la desaparición de las pequeñas tiendas o autoservicios, algo que está relacionado con nuestros hábitos de consumo. En el caso de los hipermercados españoles, se mantiene un oligopolio empresarial, están controlados por unos pocos grupos de empresarios. Para la instalación de un hipermercado son necesarios unos estudios previos donde se considera que debe haber una clientela mínima que debe estar alrededor de los 90.000 – 100.000 habitantes. Sin embargo, cuando las dimensiones del hipermercado son inferiores a 6.000 m², se han considerado suficientes en ocasiones los márgenes de 30.000 – 50.000 habitantes. Un problema que se plantea es la concesión de licencias municipales.

En ocasiones, la instalación o el propio proyecto de instalación de un hipermercado en una zona periurbana va a requerir la modificación del plan de usos del suelo, planteando una problemática de recalificación de terrenos, modificando la configuración espacial de la zona. Además, atrae la construcción de viviendas próximas al propio hipermercado, siendo necesaria la concesión de una serie de equipamientos y la modificación del trazado viario, recalcando el dinamismo de las áreas periurbanas.

Además de los hipermercados, otra de las recientes formas comerciales son los **centros comerciales**, que tienen un ámbito de influencia comarcal o regional. En su estudiado diseño, la concepción va a partir de múltiples instalaciones integradas que van a reunir diversos establecimientos individuales y toda serie de servicios, públicos o privados (sucursales bancarias, cafeterías, etc.) y equipamientos de ocio (cines, salas de exposiciones y conferencias). Debido a estas múltiples características, las inversiones que van a requerir estos centros comerciales serán muy elevadas. En el caso español, en torno a un 65 % del capital invertido en un centro comercial es nacional y el resto es extranjero, normalmente de un país de la UE, en la mayor parte de los casos, Francia. Generalmente, alrededor de un hipermercado o de un gran almacén se configura un centro comercial. En 1994, en España, el número total de pequeñas tiendas agrupadas a centros comerciales era algo superior a 25.000. En ese mismo año, el número de hipermercados situados en centros comerciales era de 140, por lo que cada hipermercado atrae como promedio a 170 – 180 tiendas. Los centros comerciales presentan una arquitectura específica, bastante similar entre unos centros y otros, lo que les ha llevado a ser denominados por algunos sociólogos como nuevas catedrales del consumo.

El primer centro comercial que apareció en España lo hizo en 1980, y su superficie de ventas era superior a los 50.000 m², con más de cien pequeñas tiendas a su alrededor. A finales de los ochenta, existían en toda España cinco grandes centros comerciales con un área de influencia regional. Sin embargo, en 1994 se llegó a superar la cifra de 300 centros comerciales.

En España, actualmente el número de metros cuadrados de centro comercial por cada 1.000 habitantes es de 90 m², mientras que en otros países como Francia o Reino Unido está próximo a los 200 m². Los centros comerciales más importantes llegan a recibir a varios millones de visitantes cada año. Este enorme número hace que la cuota de mercado de los hipermercados y centros comerciales en España sea muy considerable, aunque en países como los Estados Unidos alcanza el 60 %, una cifra espectacular.

• RESULTADOS

En la actualidad, el modelo comercial español tiene 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 viéndose sometidos a una necesaria reestructuración que lleva a la desaparición de los comercios más obsoletos. En segundo lugar, han proliferado espectacularmente las nuevas formas comerciales asociadas a la periferia, las más modernas de ellas, hipermercados y centros comerciales, han provocado una doble tendencia financiera:

" Fusión y concentración de capitales.

" Introducción en España de inversiones comerciales extranjeras.

Debido a la actuación conjunta de estas tendencias, han aparecido unas pocas grandes empresas comerciales, con políticas de marketing dominantes. A escala de la UE ha sucedido algo parecido, se ha producido una importante concentración a escala interna en cada país, siendo menores las concentraciones a escala internacional. Si hacemos una diferenciación de las concentraciones por sectores, veremos como estas han sido más importantes en el sector de la alimentación. En el marco de la UE, las operaciones de concentración y fusión en cada país han pasado de las trescientas, en 1987, a las quinientas de 1992. En el ámbito comunitario, en 1987 se produjeron veinticinco concentraciones y en 1992 fueron cien.

La mayor introducción de capitales internacionales se va a producir, lógicamente, en las nuevas formas comerciales, lo que ha motivado que aparezcan formas de asociacionismo comercial por parte del comercio detallista para poderles hacer frente. Esta doble tendencia que hemos señalado nos interesa porque tiene notables implicaciones geográficas, así, en el espacio urbano, una de las repercusiones más importantes es la aparición de nuevos y poderosos agentes urbanos, estos grupos empresariales y comerciales que son capaces de intervenir y de influir en las políticas urbanas, además, de manera creciente, lo que va a producir conflictos por intereses diversos. En conclusión, podemos decir que la actividad comercial es un importante elemento de transformación urbana.

1

41