

Geografía de los servicios

Introducción.

Las sociedades occidentales se caracterizan por un crecimiento muy grande de los servicios. Después de la Segunda Guerra Mundial hemos asistido a una irrupción masiva de las actividades de servicios, de forma que una sociedad industrial acostumbra a medir su estado de bienestar por el grado de desarrollo de los servicios.

A la noción de estado de bienestar viene asociada la idea de productividad que enlazaría con el trabajo, el desarrollo de nuevas tecnologías y los recursos.

Se definiría la sociedad del bienestar por la facilidad que tienen los ciudadanos para el acceso a servicios (culturales, deportivos, sanitarios,...), de forma que muchos de estos servicios tienen un carácter semigratuito.

De aquí podemos deducir que la expansión de los servicios se relaciona mucho con el avance de la sociedad.

Una segunda característica que podemos señalar, sería la clara relación entre los espacios urbanos y los servicios. El paisaje urbano es un paisaje por excelencia terciarizado.

Cada una de las actividades terciarias se incluyen dentro de la rama de los servicios.

El nivel adquisitivo ha hecho que se desarrollen de manera importante los servicios. La concentración de los servicios en las ciudades se debe al importante dinamismo, tanto económico como social, con un número fundamental de infraestructuras que hace que la población de núcleos rurales puedan acceder a las ciudades de manera fácil. Además, en las ciudades se localizan los poderes públicos, las clases dominantes, empresarios o profesionales.

La localización de los servicios va a incidir en la relación entre estos agentes económicos y el territorio, de forma que los servicios tendrán un papel dominante en la organización de un territorio. Los servicios establecen muchas de las jerarquías territoriales, siendo capaces de transformar estructuras espaciales anteriores.

Sin embargo los servicios han sido poco tratados por las ciencias, provocando un retraso en su estudio. Algunas de las razones de este retraso, en lo que se refiere a la geografía se debe a que en la geografía española, los estudios se han centrado en los espacios agrarios y comerciales con una óptica regional, poniendo su énfasis en las actividades agrarias o industriales.

En base a esto, los fundamentos en la geografía de los servicios se hallan todavía en elaboración y con un carácter muy concreto, sin tener una visión global. Visión que es difícil, pues los servicios tienen un carácter dispar.

Por otra parte en la mayoría de estos estudios ha predominado una visión economicista. La división entre sectores tripartitos (primario, secundario y terciario) está actualmente desfasado.

La geografía de los servicios puede considerarse como una parte de la geografía económica.

Los servicios pueden ser estudiados desde tres puntos de vista:

- Un punto de vista desde la oferta.
- Un punto de vista desde los intermediarios.

- Un punto de vista desde la demanda o consumidores.

Desde la demanda, la geografía de los servicios tendría una relación con la geografía del consumo y a su vez con la geografía del transporte, del comercio y la geografía urbana.

El hecho de que existan todas estas relaciones, sitúa a la geografía de los servicios en una posición difícil al limitarla o acotarla.

Características generales de los servicios.

Una primera característica de los servicios es la gran diversidad interna. Esto va hacer que cualquier intento de clasificación quede rápidamente desfasado por la realidad.

Al utilizar la palabra servicio podemos aplicarle un significado muy amplio, ya que tiene un carácter polisémico. Esto hace que tengamos que añadir un adjetivo para definir mejor el servicio (servicio de transporte, servicio sanitario, servicio educativo, servicio público,...).

Podemos también encontrar dentro de estas clasificaciones otra variedad. (servicio de transporte aéreo, marítimo, ferroviario, por carretera,...).

Existen servicios orientados hacia empresas o hacia consumidores finales.

Los servicios a las empresas los encontramos divididos en:

- Estudios técnicos.
- Servicios de asistencia y mano de obra.
- Promotores y sociedades inmobiliarias.

En los servicios destinados a consumidores finales, éstos se pueden dividir en:

- Servicios comerciales y reparación de automóviles.
- Hoteleros y restauración.
- Diversos servicios comerciales.

Se tiende a identificar las prestaciones originadas por los servicios a los productos industriales.

Los servicios nos sirven para denominar a la oferta de servicios, además de identificar un tipo de servicio. Así mismo los servicios tienen una marcada relación con la economía. Esta relación es de varios tipos.

Los servicios a las empresas que sirven para dar un apoyo a la actividad industrial. Toda industria tiene una demanda de servicios: abastecimiento, transporte, comercialización, servicios bancarios, compañías de seguros,.... Son imprescindibles en la cadena productiva.

Por otra parte, los servicios se asientan sobre un territorio. Las características sociales, económicas,... del territorio ocupan un papel importante dentro de las estrategias de localización. Los móviles de implantación espacial van a funcionar a distintas escalas: mundial, nacional, regional, provincial, comarcal, local,....

Otro elemento con el que se relacionan los servicios es el ámbito del empleo por ser un sector destacado en la creación de empleo. Como media, en los países desarrollados el empleo de servicios puede llegar a alcanzar cerca del 70% del empleo total. Ya en 1973, en Estados Unidos el empleo en servicios representaba un 63% del empleo total, mientras que en Europa era de un 45%.

Este crecimiento, se produce a partir de los años cincuenta. De los cincuenta a los setenta, el empleo de los servicios superará al de la industria. Este incremento vino acompañado de una expansión del número de población activa.

En la actualidad, entorno a los 2/3 de la población de los países desarrollados trabaja en el sector servicios.

Todo este tipo de profesiones terciarias se han denominado profesiones de "cuello blanco". Estas no son asimilables solamente a puestos mejores a los de la industria, y también en los servicios se ha incrementado los empleos precarios.

Se puede afirmar que la característica principal del proceso de creación de empleo es el de crecimiento lento que se relaciona con una bipolarización en función de la distribución de las rentas.

Otro elemento para caracterizar a los servicios es la importante participación que tiene el producto interior bruto (PIB) del país, que se obtiene en base a la profesión de bienes y servicios a precios de mercado. El porcentaje de los servicios en el PIB ha llegado a superar el 60%.

Para que una actividad sea considerada como una actividad de servicios tiene que ser una actividad con un importante componente inmaterial. El valor fundamental de un servicio no se basa en los instrumentos materiales, sino que se basa en la competencia y actitud que tenga en la empresa y en la utilidad de su servicio.

Un servicio no se puede guardar como un stock, el servicio se genera y al mismo tiempo se consume. La consecuencia es que la oferta y la demanda se van a superponer en el tiempo y el espacio.

Si un servicio no se puede almacenar, los servicios consisten fundamentalmente en un proceso de intercambio y relación entre la oferta y la demanda.

Tanto en el caso de la producción industrial y de servicios, cuando se produce la transacción se establece un precio de venta. Este intercambio se dar lugar en un mercado donde vendedores y compradores fijarán un precio en relación con la ley de oferta–demanda.

Este carácter inmaterial de los servicios incidirá en las dimensiones de las empresas de servicios. Esta variedad de tamaños es mucho más grande que la de empresas industriales.

Otra característica del sector terciario es que el porcentaje de mujeres que trabajan en este sector es mayor que en otros.

Características de las actividades de servicios según Wood:

1. Una actividad de servicios es una actividad de asesoramiento, peritaje que se puede prestar a las industrias y consumidores finales.
2. El valor de un servicio se mide en base a la colaboración de este servicio para llevar a cabo otras actividades.
3. Tendencia de las grandes empresas a absorber otras empresas más pequeñas.
4. La importancia que los cambios en la actividad de servicios tiene, está muy relacionada con las nuevas tecnologías.

Conceptos teóricos explicativos.

El crecimiento de los servicios que ha vinculado con una noción de modernidad, desarrollo y crecimiento económico. Los servicios serían interpretados como los instrumentos básicos para el desarrollo y el crecimiento.

Se han ido plantando distintas concepciones teóricas, que serían por un lado, las concepciones liberales y por otro las concepciones marxistas.

Ambas concepciones parten de unos planteamientos ideológicos distintos (capitalismo uno y materialismo dialéctico otro). Sus análisis interpretativo se han aplicado a los países desarrollados.

- Las concepciones liberales.

En el caso de las concepciones liberales, sus principales posturas teóricas se desarrollan a partir de los años cuarenta. Sin embargo, hay antecedentes a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX.

Sus postulados han ido sufriendo una modificación, adaptados a la evolución de la economía y las sociedad.

Inicialmente, y como consecuencia de la mentalidad productivísta, los servicios fueron interpretados como una actividad no productiva. El carácter intangible y la imposibilidad del almacenamiento hicieron que se dotase de la capacidad productiva de los servicios. Se consideraba el motor de la economía a la industria.

En el siglo XVIII, Alan Smith afirmaba el carácter improductivo de los servicios. Esta afección se mantiene a lo largo del siglo XIX. Según estas ideas la actividad de los servicios sería considerada como una actividad subsidiaria y dependiente de la producción industrial.

Si los servicios tenían este carácter, no eran merecedores de un estudio.

Sin embargo, estas concepciones iniciales empiezan a cambiar.

Los primeros cambios se experimentan a partir de los años treinta y cuarenta de este siglo. Por primera vez, los servicios empiezan a conceptualizarse en términos de empleo, y a considerarse dentro de un sector aparte (sector terciario). Estos se apoyan en el crecimiento rápido de la demanda. Esta demanda podía ser de dos tipos: final (servicio a consumidores) o intermedia (servicios a empresas).

El sector terciario será utilizado por los economistas Fisher y Clark (1940). Además de partir de este cambio, en esta interpretación de los servicios, se comienza hablar de una evolución por etapas:

1. El paso de actividades primarias.
2. Paso a actividades industriales.
3. Desarrollo de las actividades de servicios. Tercialización de la sociedad.

Estas etapas fueron desarrolladas por Fisher y Clark, y retomadas por Rostow que hablará de cinco etapas de crecimiento económico:

1. Sociedad tradicional basada en la agricultura.
2. Combinación de condiciones terciarias para el despegue.
3. Despegue económico.

4. Fase de maduración.

5. Consumo de masas. Tercialización de la sociedad.

Según esta división se establece una clara relación entre el desarrollo económico y la distribución del empleo. La renta per cápita va aumentando al pasar de una fase a otra.

Desde un punto de vista más crítico, podemos percibir que esta teoría se apoya en la evolución experimentada por determinados países capitalistas. La idea básica es que la industria produce mayores beneficios que la agricultura, y a su vez los servicios mayores que la industria.

Esta concepción parte de que el crecimiento económico es constante y acumulativo.

Sin embargo, frente a estas ideas de crecimiento constante, se empieza a hablar de desarrollo sostenible, que incluiría también el desarrollo social (además del económico). Estas nociones de desarrollo sostenible parte de que el crecimiento constante ha producido una serie de problemas ecológicos y ambientales. El desarrollo sostenible se basa en una prevención ambiental y en una implicación de la población.

Este crecimiento constante de los servicios ha sido incapaz de solucionar problemas como el desempleo o crisis.

La teoría de Rostow lo que hace es enumerar una serie de etapas, más que tratar de entenderlas. El paso de una etapa a otra queda poco claro. Otro supuesto criticable es que se considera que todas las sociedades pasarían por las mismas fases de producción experimentadas por los países desarrollados.

La puesta en duda de estos planteamientos empieza en los años ochenta, cuando se duda de la sociedad de consumo. Otros autores de corte liberal han hecho hincapié en factores como la gran capacidad de innovación y progreso técnico de los servicios.

Según estos teóricos, el rápido crecimiento del sector servicios es debido a su alta productividad. En la actualidad se habla de una relación mutua de sectores, en contra de las ideas de etapa de desarrollo por sectores.

Existe una interpretación sociológica de los servicios. Los servicios eran habitualmente estudiados por los economistas. Pero desde hace poco ha habido un interés en este sector por parte de los sociólogos. Para éstos, los servicios y el consumo serían aspectos fundamentales en la sociedad contemporánea (sociedad pos-industrial la llamaba Touraine). La sociedad pos-industrial sirve para denominar a las sociedades de países con sistemas económicos de mercado con predominio de los servicios.

En la etapa de sociedades industriales, la base de la economía eran las inversiones de capital fijo (herramientas, maquinaria,...). En la actualidad, cada vez tiene una mayor importancia un capital intangible, que sería inversiones en formación, soporte logístico, conocimientos técnicos,... Son servicios vinculados con la producción.

Esto determinará el surgimiento de nuevos núcleos sociales de elite con poder y prestigio social.

Al mismo tiempo, el sector servicios absorbe mano de obra de otros sectores.

- Las concepciones marxistas

Suponen un conjunto distinto de interpretaciones que se basan en el materialismo dialéctico de forma que los primeros pensadores marxistas utilizaron la división entre actividades productivas y las actividades no

productivas. Pero para estos ideólogos, tanto bienes materiales, como materiales serían el resultado de una división social del trabajo. La creación creciente de servicio responde a una creciente complejidad de la división social del trabajo, de forma que cada vez las personas, regiones,... se especializarían más.

Además, el incremento de los servicios se relaciona con la generación de plusvalías y la acumulación de capital. La lógica del crecimiento de los servicios resultaría de la división del trabajo y la acumulación de capital.

En los países de la Europa del este (antiguos países comunistas), se tuvo una atención principal a la industria, y los servicios tuvieron un menor desarrollo. Sin embargo, en estos países, sí hubo un desarrollo importante de los servicios públicos. En el periodo de apertura hacia la economía de mercado, el avance de los servicios ha sido importante, de forma que en los últimos años han entrado numerosas firmas de servicios extranjeras.

- Profusión y crecimiento de los servicios.

En buena medida, este desarrollo espectacular de los servicios se halla muy relacionado con el surgimiento de nuevas tecnologías que ha revestido en la mundialización de la economía. Debido a esto la separación y alejamiento entre la oferta y la demanda ha perdido importancia. La tecnología también ha servido para aumentar la productividad y rendimiento económico de los servicios que han superado algunas veces a las actividades industriales. Esta tecnología a incidido sobre el empleo, pero el aumento de este ha sido lento y no suficiente para abarcar toda la demanda. Es importante señalar que gracias a estas tecnologías han aparecido nuevas formas de empleo.

Por otro lado, este desarrollo de los servicios ha fomentado el consumo, avalado por las campañas publicitarias. El incremento del tiempo libre ha supuesto un mayor tiempo para el consumo. Esto crea grandes desigualdades entre las personas consumidoras y las que no pueden permitirse la acción de consumir demasiado.

En relación con estas sociedades de servicios, muchas de las interpretaciones son utópicas. Se piensa que la tecnología sería capaz de solucionar problemas como el hambre, las desigualdades,....

Cada vez es más difícil mantener el pleno empleo.

Los desequilibrios entre los que cada vez gastan más y los que carecen de recursos, afectan considerablemente a las sociedades contemporáneas, produciendo una factura social y por lo tanto grupos de insatisfechos. Surge la necesidad de poner en práctica nuevas políticas más respetuosas con la población marginada y con el medio físico (desarrollo sostenible). En el caso europeo, estas políticas están financiadas por el FONDO SOCIAL EUROPEO (F.S.E.) que intenta fomentar el empleo.

2.- Los aspectos explicativos del crecimiento de los servicios.

Reestructuración y declive industrial.

Para entender el crecimiento de los servicios es indudable detenerse en el proceso de reestructuración industrial. Cuando se habla de crisis se habla de este proceso.

El proceso de reestructuración industrial comenzó a experimentarse entorno a los años setenta y los principales cambios pudieron observarse en la disminución del empleo industrial. Al mismo tiempo que hay una disminución del valor añadido de la producción industrial.

Este cambio se empieza a desarrollar primero en países de industrialización temprana (Inglaterra, Estados Unidos), para luego desarrollarse en países como Francia, Países Bajos, Japón, etcétera.

AÑO DE LLEGADA DE CADA PAÍS A LOS PUNTOS A Y B.

PAÍS	A (punto de los 3/3)*	B (punto de recesión industrial)
Francia	1935	1973
Gran Bretaña	1810	1950
EE.UU.	1910	1955
Japón	1950	1980

* El punto 3/3, es el punto de cruce de los 3 sectores (primario, secundario y terciario) en la gráfica de evolución de estos sectores. En este punto los 3 tienen el mismo número de trabajadores.

Las razones para comprender el esquema evolutivo son múltiples:

- Algunos autores hablan de una reducción de la demanda de productos industriales. La imposibilidad de conseguir que las exportaciones de productos industriales superen a las importaciones es lo que ha motivado la reestructuración industrial. Se producirá un importante déficit comercial con una mayor deuda exterior.
- Otro grupo de autores hace hincapié en las características del proceso productivo:
 - Variación en las inversiones industriales (disminución).
 - Encarecimiento de las materias primas.
 - Cambios en las relaciones laborales e incremento de las cargas sociales que acabarán las inversiones industriales.

Este último factor habría que matizarlo, ya que salarios demasiados bajos desmotivarían a las personas en el trabajo.

Todas estas características están relacionadas con el incremento de la división internacional del trabajo.

Este proceso de división internacional del trabajo consiste en que determinadas actividades se van a trasladar a países en vías de desarrollo con unos costes menores.

Si la industria se deslocaliza, los países desarrollados se van a especializar cada vez más en las actividades terciarias. Es un proceso paulatino y en un país podemos encontrarnos con sectores industriales en declive (construcciones navales,...), mientras que paralelamente nos encontramos con actividades en auge (industria de maquinaria electrónica, informática,...). Estas situaciones de recesión industrial están muy localizadas. Van a ser en estas dimensiones locales donde se planteen problemas de desempleo.

Esta importante concentración de problemas, ha hecho que en el caso de la Unión Europea se hallan señalado espacios con Objetivo 1 (zonas con un PIB menor del 75% del PIB europeo). Las zonas de Objetivo 2 son zonas en proceso de reconversión industrial.

Este proceso de reestructuración de la industria a escala internacional va vinculado con el crecimiento de los servicios. Si éstos son simultáneos en el tiempo, no lo son en el espacio, y esto es un problema.

Reciente expansión de los servicios en el panorama internacional. Liberalización de intercambios.

El crecimiento de los servicios se caracteriza por la liberalización del intercambio de servicios entre unos países y otros. Esta tendencia está muy relacionada con el desarrollo de las tecnologías de la información y la

comunicación.

Al mismo tiempo, hay una serie de circunstancias que han favorecido estos intercambios internacionales:

La especialización de los países desarrollados en los servicios, mientras que los países en desarrollo se especializa en las actividades industriales.

Estos factores han hecho que el intercambio sea cada vez más importante, con un incremento del flujo de exportaciones e importaciones con consecuencias espaciales y en cuanto a las normas de actuación.

A comienzos de los años 80, se inicia en todo el mundo una campaña de liberalización del comercio de los servicios. Esta campaña fue orquestada por Estados Unidos que a su vez recibía la presión de bancos y de compañías de seguros internacionales.

A mediados de los años 80, en 1986 y dentro de esta campaña se crea la RONDA DE URUGUAY que girará en la liberalización del mercado de los servicios. Coincidiendo con esta RONDA DE URUGUAY, se produce una declaración de los países en vías de desarrollo (Declaración de Punta del Este) expresando su oposición, ya que para ellos el libre comercio de los servicios supondrá una injerencia en las economías de estos países. Por tanto, esta declaración supondrá una primera toma de conciencia y oposición al libre comercio de servicios.

A pesar de estas reticencias se llega a un acuerdo general sobre el comercio de los servicios en 1994 en Marrakech, de forma que van a ganar las posturas iniciales a favor de la liberalización de los servicios.

En 1996 se crea la OMC (Organización Mundial del Comercio).

Aún así hoy en día estas ideas liberalizadoras de los servicios están sin poner en práctica debido a que existen países que aún no han firmado esa liberalización.

Las principales diferencias entre comercio de servicios y de comercio de productos manufacturados son:

- En el caso de la comercialización de servicios es necesario que exista un contacto directo entre el productor y el consumidor de servicios. Por esto es que el comercio de los servicios está relacionado con la movilidad de las personas. La liberalización supone el permitir el tránsito de personas a través de las fronteras. Para que se originen y se comercialice ese servicio es necesario que el producto se desplace hacia el país, o bien que los consumidores se trasladen hacia los servicios (como es el caso en el turismo).
- Otra diferencia es que en el caso de los servicios el coste de estos están asociados con las atribuciones pagadas a la persona que presta ese servicio, basándose según sus conocimientos,...

Como resultado de todo esto se hace necesario una reglamentación relativa al comercio de los servicios y al desplazamiento de las personas. En este sentido el trasvase comercial de servicios afecta a la soberanía nacional (movimiento de ideas, personas, tecnología transparentes. El comercio de servicios desde los países desarrollados hacia los subdesarrollado puede suponer el asumir una injerencia externa en sus economías. Para resolver este problema se ha tratado de asumir un principio de *nación más favorecida* reconociendo la diferencia entre los países que poseen conocimientos técnicos y los que no. Según este principio los países exportadores de servicios deben procurar una transferencia de tecnología para que el país comprador pueda desarrollar en el futuro este tipo de servicios.

Este fenómeno de comercio de servicios ha servido para modificar de forma sustancial la relación entre espacios, economía y sociedad.

ESPACIO

SOCIEDAD ECONOMÍA

Las actividades de servicios y su evolución de los servicios de producción.

En este sentido esta liberalización entra en relación con la evolución de los sistemas de producción. La transformación de los procesos productivos tiene un reflejo sobre el territorio.

Las características que indican la evolución del sistema productivo son:

- 1.– Estas modificaciones se caracterizan por la aparición de nuevos mercados.
- 2.– Otra característica es la rapidez en las innovaciones tecnológicas.
- 3.– La internacionalización de las economías.
- 4.– La vinculación entre las actividades industriales y de servicios.
- 5.– El replanteamiento de las responsabilidades del bienestar social. Estas hoy en día están asumidas por el estado aunque tienden a privatizarse en algunos países.
- 6.– Tendencia a la reorganización de las empresas.

En lo que respecta a los servicios, se observa cómo cada vez más la industria depende y se relaciona con la prestación de estos servicios. En este sentido cualquiera actividad industrial está vinculada con los servicios. Esto ocurre cada vez más, por lo que podemos decir que estos servicios a la producción van a tener cada vez una mayor importancia. De hecho, en los países desarrollados entorno a un 30% del empleo industrial está integrado por servicios internos desempeñados por la propia empresa (investigación, diseño, mantenimiento,...). En el caso de Estados Unidos se calcula que el 75% del valor añadido de la producción industrial está generado por los servicios internos de las empresas.

Sin embargo, los servicios externos pueden resultar en algunos casos mucho más barato (publicidad,...).

En relación con esta evolución del sistema productivo el geógrafo Bailly ha puesto de manifiesto dos características que forman parte de este nuevo modelo productivo:

- 1.– La importante flexibilidad de las actividades desempeñadas por las empresas.
- 2.– La importante especialización en determinadas actividades.

En base a estas dos características el sector de los servicios se ha convertido en un elemento esencial, con un papel estratégico dentro del actual sistema productivo. Sector este que acapara más del 60% de la población activa, generando importantes cambios espaciales en la localización de la industria y con una importancia creciente de las metrópolis y el nacimiento de tecnópolis localizadas a las afueras de las ciudades (en París la tecnópolis de La Défense).

Estructura y tendencias de los mercados mundiales de servicios.

El comercio internacional de servicios es un sector heterogéneo con una importante diversidad interna.

Al tratarse de transacciones intangibles la medición de este comercio resulta bastante difícil. Estas dificultades

hacen que en numerosas ocasiones sea bastante difícil saber si las inversiones internacionales se llevan a cabo para la expansión del mercado externo en otros países o, por contra, debido a un motivo especulativo para obtener ganancias rápidas y a corto plazo.

- Un sector de los servicios realmente importante es el transporte. El transporte internacional representa 1/3 del comercio mundial de servicios. El transporte de personas está muy relacionado con el turismo, y el transporte de mercancías se relaciona con el comercio.
- Otro sector importante son las inversiones en el extranjero, que aportarán a los países inversores una serie de rentas.

Ambos sectores han crecido de forma considerable en los últimos tiempos. Sin embargo, el crecimiento ha sido lento. De 1963 a 1973, el crecimiento en el transporte fue de un 14%, fundamentalmente en los países de la OCDE. Entre 1975 y 1985, ese crecimiento se redujo a un 11%.

- Además de estos sectores, podemos hablar de los servicios especializados que se prestan a las empresas. A diferencia del transporte, han tenido un crecimiento cada vez más rápido. Entre 1975 y 1985 el crecimiento fue de un 20%. Dentro de estos servicios se incluyen las telecomunicaciones, patentes industriales, servicios de consultorio, transferencias de tecnología,...

Pese a estas posturas liberalizadas de los servicios, todavía siguen existiendo importantes restricciones.

Algunos autores las califican como un espíritu de nacionalismo económico. La mayor parte de estas restricciones de la importación de servicios están relacionadas con las divisas. Estos servicios especializados, al ser prestados a un país por una empresa extranjera requieren técnicos extranjeros. Esto estará limitado por el permiso de residencia o trabajo y se impulsa la especialización de técnicos nacionales. Igualmente, en el caso de servicios bancarios la presencia es estricta y para evitar esto se crean sucursales o filiales.

Hoy en día, muchas de las iniciativas a favor de la liberalización de servicios se hallan paralizadas. Actualmente, los deseos de obtener beneficios mediante inversiones extranjeras no son suficientes para que los gobiernos renuncien a controlar la organización del comercio dentro de estos países.

En los países de la OCDE, una parte importante de los servicios se producen y consumen dentro del propio país.

La creación de filiales o sucursales y de sedes tendrá consecuencias territoriales. Aquellos territorios donde se localicen las sedes sociales tendrán una importancia más grande. Se convertirán en áreas de control económico y social. Estos lugares se situarán en grandes ciudades. Paralelamente, van a aparecer las áreas de dependencia subordinadas al centro de control. Como consecuencia, el grado de desarrollo, los aspectos medioambientales o la calidad de vida, se ven afectados por esta dualidad. Esta situación puede variar con el tiempo. En función de estrategias estas sedes se pueden desplazar. Esto tendrá una repercusión en el territorio con la pérdida o el aumento de trabajo. Las sedes tienden a localizarse en las capitales de Estados, pero por determinadas opciones pueden pasar a otras ciudades. Las sucursales o filiales suponen la dependencia del área en el que se asientan frente a los centros de control. El centro de control puede ser muy importante, llegando a condicionar el desarrollo regional a partir de decisiones extranjeras.

Esta asimetría entre áreas de control y dependencia puede producirse a distintas escalas:

1. Escala internacional, en el caso de multinacionales.
2. Escala nacional, cuando la sede central se sitúa en una ciudad y las empresas subsidiarias se localizan en otras regiones.

3. Escala intraregional, con sucursales en la misma región donde se sitúa la sede.

La convicción de estas escalas ocasionará una tipología espacial cambiante a lo largo de los años. Además causará una serie de impactos en las redes urbanas y con el propio paisaje.

En las áreas de dependencia se pueden observar conflictos, ya que a menudo intereses exteriores colisionan con intereses locales enfrentados. La subordinación de un área a intereses exteriores aumenta su fragilidad y los desequilibrios territoriales.

En las áreas de control, la presencia de sedes sociales coincide en la mejora de vida, con mejores dotaciones y servicios. Incluso contarán con un tipo de arquitectura particular.

Esta diferenciación a todas las escalas entre áreas de poder y áreas dependientes, contribuyen a ésta segregación espacial o a suspender proyectos de organización u ordenación del territorio. Estos elementos socio-económicos que intervienen en el espacio pueden contribuir a la distorsión de proyectos diseñados técnicamente. Por tanto, todo proyecto de ordenación del territorio debe tener presente también el contenido y análisis de la teoría económica y social.

3.- Las redes de servicios.

Clasificación y tipología de los servicios.

Todas las clasificaciones de los servicios se han basado en la función principal de los servicios. Pero éstos tienen una gran diversidad interna y por eso dificulta cualquier intento de clasificación.

El objetivo fundamental es el poder medir el volumen de servicios. La tradicional división de sectores en primario, secundario y terciario, cada vez resulta menos aplicable a la realidad pues se da una interrelación de sectores (terciarización de la industria,...). En definitiva, toda pretensión tipológica de los servicios resulta demasiado rígida.

A pesar de estas dificultades, desde el punto de vista estadístico, las tipologías de servicios resultan imprescindibles, por eso se han intentado realizar:

- Una de estas primeras clasificaciones de los servicios, es la clasificación de Browning y Singleman. Establecen una clasificación del conjunto de actividades económicas desde un punto de vista funcional. Diferencian cuatro epígrafes distintos:

1. Servicios a la producción: servicios bancarios, de seguros, contabilidad, agencias de empleo, de investigación,....

2. Servicios de distribución o reparto: Los servicios de transporte y los comerciales.

3. Servicios sociales o colectivos, prestados bajo control público o privado: médicos, educativos, administrativos, servicios postales,....

4. Servicios personales. Servicios prestados para su consumo final: hoteles, ocio, peluquería, lavandería,....

Sin embargo, existen una buena parte de actividades en economías sumergidas que no aparecen en esta tipología y que sí son importantes.

- Existe otra clasificación establecida por la ONU. Esta clasificación se conoce por CIIU. En relación con los servicios establece cuatro grupos:

1. Grupos de servicios comerciales (mayoristas o minoristas).
2. Grupo de transportes y telecomunicaciones.
3. Grupo de actividades financieras, seguros, inmobiliarias y servicios a las empresas.
4. Grupo de servicios de tipo colectivo (servicios sociales).

- En esta clasificación de la ONU se usa el principio económico. Sin embargo, los aspectos geográficos no se tienen en cuenta. El interés de esta clasificación es que ha sido utilizada por la Comisión Europea para establecer la Nomenclatura de Actividades Económicas (NACE). Esta nomenclatura sirve para elaborar las estadísticas de la EUROSTAT y que a partir del 1 de enero de 1993 fue de obligada publicación. En el sector de servicios, la NACE distingue once epígrafes.
- Otras clasificaciones han tratado de aislar en el sector de servicios un sector cuaternario. Este sector haría referencia a actividades especializadas como investigación científica, profesiones liberales, gestión,... Hay algunos que llegan a hablar de un sector quinario, con actividades todavía más especializadas (toma de decisiones, ordenación del territorio,...).

De todas estas clasificaciones, no todas tienen el mismo interés para un geógrafo. Nos interesa que una clasificación nos permita conocer las razones que motivan el que un servicio se instale en un territorio concreto. Además es importante saber las consecuencias de una implantación de un servicio en un determinado lugar, ya que permitirá al geógrafo proponer una serie de actuaciones territoriales.

- Ha habido geógrafos que han intentado clasificar los servicios. El geógrafo Rocherford, en los años 70 trata de clasificar los servicios teniendo en cuenta los aspectos espaciales. Establece siete epígrafes:

1. Los servicios comerciales.
2. Los servicios administrativos.
3. Los servicios de organización y asesoría.
4. Los servicios bancarios.
5. Los servicios educativos.
6. Los servicios culturales.
7. Los servicios lúdicos.

- Greenfield diferencia también los servicios públicos de los privados. En el caso de los primeros estos emanan de la administración y sus objetivos son el de ser accesibles a todo el mundo y equilibrar las desigualdades. En el caso de los segundos el objetivo primordial es el de la rentabilidad. Todos texto determinará la localización de los decentes tipos de servicios.

En este sentido cada vez tiene mayor importancia los servicios prestados a las empresas y a la población. Los primeros tienen un carácter intermedio contribuyendo a la producción, mientras los segundos se destinan a un consumo final.

Esta diferenciación también ha sido asumida por la geografía económica. Esta estima que los servicios a las

empresas se adaptan al tipo de actividad económica que exista en un área (parques tecnológicos). A pesar de esta diferenciación, hay algunos servicios de carácter combinado (con prestaciones a empresas y a usuarios finales) como son los bancos.

- Otro intento de clasificación de los servicios por parte de los geógrafos es la que intenta combinar los diferentes aspectos con una relación más estrecha entre industria y servicios. Establecen cuatro grandes grupos de unidades en relación con el conjunto de actividades económicas:

- a) La fabricación de bienes materiales.
- b) La distribución.
- c) La circulación.
- d) La regulación (estableciendo normas de control).

Se estudia las funciones llevadas por las empresas. Esta clasificación es de gran utilidad en su concepción teórica, pero en la práctica su aplicación resulta bastante difícil.

Desde un punto de vista geográfico, se debe:

1. Encontrar las razones de localización de un servicio determinado.
2. Encontrar las consecuencias espaciales de la localización espacial de un servicio.
3. Tener interés en la función del servicio.
4. Tener interés en la titularidad del servicio.

La trascendencia de los servicios en el actual modelo socioespacial.

La localización de los servicios es un aspecto fundamental. Bailly y Bouliame consideran que en el ámbito interno de los países subdesarrollados las diferencias de unos a otros son mayores que con países desarrollados. No todas las regiones ofrecen las mismas características y potencialidades para el desarrollo de los servicios. Hay regiones con una mayor especialización de las actividades de servicios que otras.

Ambos autores han diferenciado tres tipos de regiones:

- 1.– Las sociedades de tipo industrial. Tendrían al menos el 50% de su población activa ocupada al labores de producción industrial.
- 2.– La sociedad de consumo. En esta el 50% de su población activa se dedicaría a actividades de distribución (comerciales, educación, sanidad, servicios personales u ocio). Ejemplo de este tipo de sociedad es Dinamarca.
- 3.– La sociedades de la información. Por lo menos el 40% de su población activa se dedica a actividades de circulación (transporte, información, flujos financieros y de seguros). Este es el caso de Suiza o Canadá.

Para estos autores dependiendo del tipo de escenario se tendrán que tomar modelos de ordenación distintos.

En relación con esta terciarización se sitúan el proceso de urbanización, de forma que hoy los servicios más especializados se concentran en las áreas metropolitanas. En base a esta gran diversidad de los servicios

resulta adecuado realizar estudios más concretos y pormenorizados que los muestre la incidencia que tienen en relación con el espacio en que se localizan. Cada vez tiene más importancia el estudio de la oferta de los servicios en relación sobre todo a las empresas. Esto va a aprovecharse para su localización de determinadas circunstancias específicas como las economías de aglomeración.

Dentro de estos estudios pormenorizado cada vez tiene mayor importancia la externalización de los servicios suministrados a las empresas. Determinado servicios para las empresas no se los procura ella misma si no que prefiere su contratarlos a otras empresas

Dentro del proceso de reestructuración productiva existen varias escalas de análisis para el geógrafo:

- Escala interregional o intremetropolitana.
- Escala intraregional o intrametropolitana.

La escala interregional nos permite varias observaciones. Así vemos que las empresas industriales en los últimos años han tendido a relocalizarse desplazándose hacia las periféricas. Se localizan no sólo en las periféricas urbanas sino también hacia las "periferia" del mundo occidental (en países en vías de desarrollo). Por otro lado vemos cómo las firmas de servicios permanecen concentradas en las grandes áreas metropolitanas. En general existe un consenso a la hora de reconocer esta concentración de servicios estratégicos en las grandes ciudades. La concentración espacial de estas empresas de servicios se debe a que en estas áreas metropolitanas van a contar con ventajas como la mano de obra cualificada o el acceso a las distintas redes de información. Igualmente en las áreas metropolitanas hay un acceso más directo a la demanda de servicios. En definitiva esta gran flexibilidad económica contribuirá a la creación de *complejos de servicios centralizados*. La formación de estos complejos de servicios se halla favorecida por la concentración espacial de las distintas sedes sociales.

Mediante la escala intraregional podemos observar por un lado como las unidades de producción industrial (fábricas) han tendido a abandonar los centros históricos de las ciudades saliendo a los extrarradios. Esto se debe a que las industrias necesitan mayor espacio y estar cerca de las vías de comunicación. Por otro lado observamos, en lo que se refiere a los servicios, que hay comportamientos similares a los de la industria, saliendo a la periferia urbana servicios que no necesitan un mayor contacto con la clientela (*back office*) o grandes consumidores de espacio (centros comerciales,...) tendiendo a descentralizarse. Por otro lado hay un proceso distinto con servicios centrales que tienden a concentrarse en las zonas centrales puesto que esta centralidad les es un elemento importante (*front office*). En el caso de los servicios observamos cómo la descentralización opera sin salir de las áreas metropolitanas.

Para comprender este movimiento de descentralización no solo hay que hacer referencia a factores económicos sino también sociales. Un área metropolitana cuenta con una gran diversidad de grupos tales con mano de obra cualificada que pide salarios altos y mano de obra no cualificada que acepta otros más bajos y que también puede ser útil para las empresas de servicios.

Son áreas metropolitanas pues, con una importante complejidad, con procesos de *exurbanización* motivados por estas salidas de los servicios hacia las zonas de la periferia. Esto ha posibilitado la descongestión de determinados espacios centrales y al mismo tiempo han crecido determinados espacios periféricos. También ha dado lugar a la creación de los parques terciarios.

En estas zonas suburbanas muy dinámicas se han situado distintos tipos de actividades yuxtaponiéndose con zonas residenciales. Todo esto crea un contraste importante, pudiéndose encontrar zonas bien integradas en los espacios urbanos y otras no tanto. Esto crea cuatro tipos de desajustes:

- Inadecuada vertebración territorial de las actividades de servicios.

- Persistencia de los déficits de suelo.
- Carencia en cuanto a las redes de comunicación.
- Falta de espacios verdes (parques, jardines), que elevaría con la problemática medioambiental.

Estos problemas han hecho que en algunas ciudades se hayan creado planes estratégicos para solucionarlos. Cabe señalar entre estos planes el de Barcelona (Barcelona 2000).

El nuevo modelo social y económico tiene también sus implicaciones, pues, a nivel urbano y espacial.

4.- La localización y distribución geográfica de los servicios.

Introducción.

Hasta ahora los servicios han sido estudiados desde un punto de vista económico. Pero hay otros aspectos sociales y espaciales importantes los servicios.

Desde el punto de vista geográfico el territorio actúa como un soporte donde se van a ubicar las actividades de servicios, por tanto su distribución en el territorio va a dar lugar a una configuración territorial específica. En este sentido la localización de los servicios va a implicar una estructuración espacial del mismo que se produce tanto desde el punto de vista de la oferta como el de la demanda.

El enfoque geográfico debe tener en cuenta dos aspectos distintos:

- Por una parte los aspectos físicos y materiales que intervienen en el emplazamiento (topografía, vías de comunicación,...).
- Por otra parte los aspectos sociales (agentes económicos, clientes, flujos de relación e intercambio de los anteriores,...).

Los investigadores que han afrontado el tema desde un punto de vista geográfico han tratado de elaborar una teoría explicativa que sirviese para comprender la distribución espacial de los servicios. Esta teoría expectativa supone un intento de abstracción teórica en base a una serie de leyes generales:

CONCEPCIÓN

HIPOTESIS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD

Entre estas primeras concepciones teóricas una de las más conocidas es la de Walter Christaller que es un geógrafo alemán que en los años `30 lograría una teoría denominada de los lugares centrales en la que se establece una serie de regularidad es en el tiempo y el espacio que sirviese para elaborar jerarquías urbanas y redes. En realidad esta teoría de los lugares centrales se basa en las elaboraciones teóricas del economista Lösen que es el primero en establecer una relación entre redes y jerarquías urbanas.

La teoría de las redes centrales se elabora en Alemania y dio paso a una importante transformación en la ciencia geográfica porque va a establecer un marco teórico para las actividades económicas. Dentro de esta teoría existe la noción de *umbral*. Esto estaría representado por la demanda mínima de servicios para que un área determinada se implante y se mantenga. La idea de partida es que la distribución de la oferta de servicios a de ser óptima para que determinados servicios lleguen a una población dispersa. Por tanto esta teoría va a

estudiar la localización, tamaños y distribución de los espacios de cada una de las actividades económicas.

Ha sido esta una teoría muy vinculada a la geografía urbana al permitir comprender esta tendencia a la concentración urbana de los servicios. Además serviría para explicar fenómenos de descentralización o de recolocación de los servicios.

Sin embargo el desarrollo y propagación de esta teoría no se produjo hasta finales de los años 50 y principios de los 60. En estos años esta teoría se traduce del alemán al inglés.

La geografía humanas estaba experimentando por estas fechas una transformación en sus planteamientos (*revolución cuantitativa*) y esta teoría supondrá una gran importancia con los modelos geométricos y abstractos.

Otro modelo teórico es el aplicado al estudio de las *áreas centrales e influencias*.

En las últimas décadas ha venido a desarrollarse estudios basados en estas pautas. Sin embargo estos modelos geométricos nunca lograron abarcar la gran complejidad de las actividades humanas.

La escala espacial de los servicios.

Todo conjunto de servicios combinados entre sí se desenvuelve en un ámbito territorial determinado. Esta extensión geográfica concreta constituye un foco de servicios. A partir de este foco de servicios se van a generar toda una serie de áreas de influencias, a partir de estas áreas se irán desarrollando flujos o desplazamientos hacia ese núcleo central suministrador de servicios. Este tipo de relaciones puede intervenir a distintas escalas:

- **Mundial**, con servicios más grandes e importantes que permiten comparar distintos estados según el nivel de desarrollo que en ese país se experimente. Estas empresas intentan elegir los emplazamientos en base a sus propios intereses económicos.
- **Nacional**, se sitúan en aquellas regiones más convenientes para su actividad. En el caso de los servicios públicos existe una sede central en la capital del estado y distintas delegaciones provinciales o regionales. Para este tipo de servicios de la administración pública se necesitan labores de prospección (previsión) ya que son muy importantes para elegir la elaboración de conservación. Estas labores de prospección son básicas para una correcta ordenación territorial y se incluyen dentro de este dado que va a garantizar a un número de habitantes que puedan acceder a unos servicios que les son básicos.

La planificación territorial (ordenación territorial) es un instrumento de equilibrio y ajuste territorial.

Además en el caso de los servicios privados esta labor proyectiva también es importante dado que hay que elegir un emplazamiento consecuente para eludir rivalidades y así evitar pérdidas económicas y a la competencia.

Habitualmente los encargados de estas labores eran los ingenieros de caminos y economistas, pero en los últimos años también se están incorporando al trabajo los geógrafos reconociéndoseles su labor en esta ordenación territorial.

En este sentido los planificadores se sirve habitualmente de ese concepto de jerarquía urbana. Ejemplos históricos de la utilización de este concepto de jerarquías de áreas urbanas lo encontramos en los temas de asentamientos en los polders holandeses. Igualmente El análisis de los centros comerciales y de su limitación en Londres.

Todo esto pone de manifiesto esta continuidad de determinados conceptos que facilitan la labor de articulación del territorio y que sirven para evitar problemas (duplicidad de servicios en una misma área) o para obtener beneficios de la economía de aglomeración (servicios que se complementan). En la práctica esta teoría de los lugares centrales es más compleja. Esto se debe a que la actividad humana es más compleja y no responde, esta lógica, a algo racional sino que es intrincada.

Disparidades a escala internacional de los servicios.

Tradicionalmente se han establecido diferencias entre países pobres y ricos. Además con anterioridad se hacía referencia a los países comunistas. En base a estas divisiones podemos crear tres características principales en la distribución de los servicios:

- La gran disparidad en el porcentaje de población activa que trabaja en los servicios. Los continentes con menos habitantes dedicados a este sector son África y Asia (en este hay que exceptuar a Japón). Por contra este tipo de población activa es mayor y se concentra en Europa y América.

Si defendemos a una escala menor encontramos países con un 40% de población que trabaja en los servicios, como son Sudáfrica, Argentina y Brasil, por lo que no hay que generalizar. Existen otros tonos donde hay un monocultivo en servicios como son la zona de las islas Bermudas y Bahamas.

- El desarrollo de los servicios está muy relacionado con cuál es el modelo socioeconómico y cuál es su especialización productiva. Así en los países subdesarrollados la especialización productiva se ubica en el sector primario con escasa población empleada en los servicios. Por contra serán los países ricos los que controle una gran diversidad en servicios especializados. Dentro de estos, Beyers distingue a países productores, consumidores y exportadores de servicios, como Francia y Estados Unidos, y otros que únicamente los exportan, como Japón.
- Existen notables diferencias en los modos de organización y prestación de los servicios. Una de estas bases es la prestación entre servicios públicos y privados. En los antiguos países comunistas la mayoría de los servicios eran públicos mientras que en los capitalistas existen públicos y privados.

• LOS PAISES DESARROLLADOS

El conjunto de los países desarrollados han experimentado un crecimiento importante del sector servicios. Este crecimiento se puede observar fundamentalmente en la economía:

- El porcentaje de los servicios en el PIB es cada vez mayor.
- Igualmente el crecimiento de los precios se puede medir a partir del valor añadido de la producción indicando una diferencia entre el coste inicial del producto y el valor final que éste tiene. El papel de los servicios en el valor añadido es cada vez mayor al intervenir más en la producción.

Otro factor es el de la población, que cada vez en mayor cantidad está ocupada en este sector. Si nos fijamos en los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) la mayor parte de la población activa trabaja en el sector terciario. Sin embargo existe diferencias notables entre estos países:

PORCENTAJE DE POBLACIÓN ACTIVA EMPLEADA EN EL SECTOR TERCIARIO.

País	Mediados de los años '80	Finales de los años '80
ESPAÑA	50%	55%
GRECIA	43%	49%

PORTUGAL	34%	44%
TURQUÍA	24%	

Todas estas cifras muy por debajo de países como Canadá, Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Dinamarca,...

Igualmente ha existido una reorganización interna de los servicios. En este sentido algunas actividades de servicios son más dinámicas, con lo que acaparan más población activa frente a otras más retroactivas. En el primer grupo estarían las actividades de alta tecnología, servicios a las empresas o a la producción, así como la banca. Dentro de las segundas estarían el transporte o el comercio al por menor.

Otro rasgo en relación con los servicios en estos países desarrollados es el constante crecimiento de la población activa femenina. Este aspecto tiene que ver con la progresiva incorporación de las mujeres al mundo laboral y a cuáles son las cualidades específicas de los puestos del sector dado que hay trabajos en los que se va a optar a emplear mujeres. Sin embargo se pueden establecer notables diferencias según sexos. Así el número de mujeres en la sanidad es mayoritario, pero éstas están empleadas en los escalafones más bajos.

Por otra parte cabe señalar que en estos países desarrollados no solamente se ha producido un crecimiento de la población activa dedicada a los servicios, sino también de una población asalariada. No obstante también existen dentro de los servicios trabajadores autónomos.

• PAISES SUBDESARROLLADOS.

Nos encontramos con un primer problema que es el de la información estadística y de fuentes, ya que éstas son bastantes escasas, lo que hace difícil una comparación con los países más desarrollados. A pesar de estos problemas podemos decir que las actividades de servicios en estos países han crecido más deprisa que las actividades industriales y agrarias. Esto ha dado lugar a un proceso que algunos autores han denominado como de hipertrofia de los servicios al existir un crecimiento desordenado. En este caso no nos serviría el modelo de crecimiento de los países desarrollados aplicado a los subdesarrollados ya que no se corresponde con una modernización de sus economías. Estas razones hay que buscarlas en procesos históricos como es el de la colonización.

En estos países encontramos que la mayor parte de su población activa se concentra en el sector primario.

DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN ACTIVA

	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCIARIO
ÁFRICA	70%	28%	10%
AMÉRICA LATINA	35%	25%	40%
ASIA	50%	20%	30%

Además como norma general en estos países la mayor parte de la población activa se concentra en el sector primario, siendo además ésta la población de menor capacidad económica. La población ocupada en los servicios son principalmente clases acomodadas y dirigentes. Al ser escaso el sector industrial el desenvolvimiento económico y social tampoco ha sido completo. En los países de economías subdesarrolladas las actividades terciarias se relacionan de forma directa con el incremento de las aglomeraciones urbanas. En las últimas décadas ha habido unos rápidos procesos de urbanización, ya que una parte importante de la población ha sido atraída por las ciudades. Este rápido crecimiento urbano ha sido un crecimiento carente de planificación y ordenación, apareciendo fenómenos de chabolas búho.

En los antiguos países comunistas el desarrollo de los servicios fue menor que en los países occidentales. Esto se debió al tipo de modelo social y económico adoptado en estos países, basado en un control estatal y en un crecimiento de la industria. Por ejemplo, en la antigua República Democrática Alemana (ex-RDA), a mediados de los años 80 el 50% de la población activa trabajaba en la industria, mientras que el 40% trabajaba en los servicios. En la antigua Checoslovaquia las población activa en la industria era de un 48% y en los servicios de un 45%. Hoy en día esto tiene una serie de dificultades, sobre todo medioambientales. Además en estos países los empleos existentes del sector servicios eran empleos públicos (administración, defensa, sanidad, educación, transporte,...). Aparte de la caída de estos regímenes, la evolución experimentada ha hecho que los servicios hallan tenido un crecimiento importante y que muchos de estos servicios se hayan privatizado. Ello tiene como consecuencia que los servicios serán mucho más abundantes, pero que no estén al alcance de todos sino que la capacidad de poder acceder a un servicio dependerá de la capacidad de compra.

5.- Los servicios públicos a la población y las bases del estado del bienestar.

Los servicios sociales.

Una parte muy importante de los servicios de carácter público son los servicios sociales que tienen una gran trascendencia para la vida en sociedad. La responsabilidad del estado frente a los servicios sociales se consolida en base a la revolución industrial (que dará lugar a la aparición de la clase trabajadora u obrera) y en base a la revolución francesa (en la que surge la noción de ciudadano con unos derechos y obligaciones).

En el caso de España, esta administración social arranca de un decreto de 1883 en el cual se crea una comisión que se encarga de estudiar distintas cuestiones para mejorar las condiciones de la clase obrera. Su objetivo es el iniciar una vía de reformistas social en relación con temas como los accidentes de trabajo, el trabajo de niños y mujeres y los conflictos entre patronos y obreros. Esta comisión va a pasar a denominarse en 1890 la Comisión de Reformas Sociales. En 1903, esta comisión se convierte en el Instituto de Reformas Sociales, encargado de la legislación en el trabajo, en las estadísticas laborales y de la inspección (Servicio de Inspección del Trabajo). En 1908, promovido por este instituto se crea el Instituto Nacional de Previsión. Este instituto se ocupa de las previsión popular (pensiones de retiro o jubilación) para sus asociados. Para 1920, se crea el Ministerio de Trabajo. A este ministerio pasaron a asociarse los dos institutos ya existentes. El Ministerio de Trabajo se encargó de los asuntos relacionados con la administración social. En 1981, este ministerio pasa a llamarse Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. En 1988, se crea el Ministerio de Asuntos Sociales que recibirá a su cargo distintos institutos: el Instituto Nacional de Servicios Sociales (INSERSO), el Instituto de la Mujer y el Instituto de la Juventud. En 1993, se introducen las migraciones en este ministerio.

Por otro lado, a partir de 1978 las distintas labores en materia de administración social pasan a descentralizarse y ha ser cedidas como competencia a las Comunidades Autónomas. Este proceso de transferencias podía dar lugar a desigualdades de competencias y prestaciones sociales, por eso en 1988 se creó un plan concertado que tenían como objetivo el desarrollar una serie de servicios sociales básicos de forma combinada. El objetivo de este plan fue el garantizar unos mínimos de calidad en materia de servicios sociales. Estos mínimos se basaron en una red de equipamiento sus.

En el tema de los seguros, a partir de 1921 se crea la obligatoriedad del seguro obrero, que con anterioridad a 1978 va a pasar a depender del Instituto Nacional de Previsión, cuyas labores se verán completadas por el Instituto Social de la Marina (creado en 1930) y por el Servicio de Mutualidades Laborales. Estos se transformaron de forma que durante la transición democrática se crea el Instituto Nacional de la Seguridad Social que se encargará de las prestaciones económicas. Por otra parte, todo lo que son las prestaciones sanitarias pasan a depender del Instituto Nacional de la Salud (INSALUD). Por último existe el INSERSO antes mencionado.

Además, paralelamente a estos organismos públicos, en los últimos años se han desarrollado todo un tejido de

carácter asociativo no gubernamental (las ONGs). Son entidades con fines no lucrativos. Todas estas redes de asociación han incrementado su importancia en los últimos años.

Los servicios públicos y el mercado de trabajo.

En el caso de España la difícil situación del mercado de trabajo español ha sido un motivo importante para una especial preocupación de los poderes públicos. Estos poderes públicos han desarrollado distintas medidas a la hora de promover el empleo.

Podemos distinguir:

- La población activa (oferta de mano de obra) de un país, está compuesta por aquellas personas que están en edad de trabajar (de 16 a 65 años). Son personas tanto ocupadas como aquellos que están paradas.
- La población inactiva, que estaría formada por personas que están en edad laboral pero que no constituyen la oferta de trabajo (estudiantes, amas de casa, jubilados o incapacitados).

Estos conceptos son importantes a la hora de elaborar tasas que permitan proponer políticas de empleo. Las tasas relacionadas con el empleo son:

- La tasa de actividad, que es la relación existente entre la población activa y la población en edad de trabajar. En el caso de España, la tasa de actividad es tradicionalmente baja (en 1995 el 50%). Esto tiene notables incidencias sociales, ya que una población inactiva será una población dependiente de la gente activa.
- La tasa de ocupación nos sirve para poner en relación la población ocupada con la población en edad de trabajar.
- La tasa de paro nos pone en relación la población parada con el total de población activa. Nos servirá para reflejar la mano de obra disponible no utilizada.

El desequilibrio de la oferta de mano de obra y la demanda es lo que da lugar a las tasas de paro tan altas. En el caso español, las tasas de actividad femenina son bajas (35%). Por lo general las tasas de actividad han bajado bastante en los últimos años, ya que cada vez las personas entran más tarde en el mundo laboral (mayor nivel de estudios de los jóvenes). Además, son bajas porque la salida de la población activa es cada vez más pronto (jubilación anticipada). Podemos percibir que la crisis económica y la reestructuración de la economía a incidido negativamente en el mercado de trabajo español. Estos factores de debilidad no parecen ser coyunturales, sino estructurales, avalados por el hecho de que históricamente la mano de obra disponible siempre ha sido superior a la demanda. Ello explica todas las corrientes migratorias que ha sufrido España.

Por su parte, las tasas de paro no se distribuyen de forma homogénea. El nivel de formación de las personas dependerá en gran medida en el nivel de formación.

Ha habido a lo largo de los años distintas políticas para paliar el empleo. En los 80, se crea el Plan Nacional de Formación e Inserción Nacional favorecido por el F.S.E. (Fondo Social Europeo). La función de este fondo es fomentar las oportunidades de trabajo y la movilidad geográfica y profesional de los trabajadores dentro de la Unión Europea. Al mismo tiempo, este fondo pretende facilitar la transformación de los sistemas de producción. Este fondo europeo se distribuirá de forma distinta dependiendo del tipo de objetivo de cada región. Cuando el PIB por habitante de una región es inferior al 75% de la media comunitaria, dicha área puede ser objetivo 1. Estas regiones objetivo 1 (el 60% de la población en España) recibirán el porcentaje más importante de los fondos europeos creados (el 64% del total de los fondos estructurales). Hay también otros

objetivos:

- El objetivo 2 se destina a las zonas industriales en proceso de reconversión.
- El objetivo 3 intentar combatir el paro estructural de larga duración aplicándose sobre el conjunto del territorio europeo.
- El objetivo 4 pretende la inserción profesional de los jóvenes.
- El objetivo 5 se destina a las zonas rurales.
- El objetivo 6 se crea para las zonas de baja población.

Los servicios de protección social y sus categoría de actuación.

La **protección social** consiste en la cobertura de las distintas necesidades básicas que ellos mismos no pueden cumplir con sus propios medios. Se basa en programas de solidaridad colectiva. Este fenómeno de protección social, propia de las sociedades avanzadas se puso en marcha en el último tercio del siglo XIX en algunos países europeos. La noción de protección social arranca de la Revolución francesa, ya que es cuando se desarrolla la idea de que todo ciudadano en edad de trabajar deben ser capaz de hacerse cargo de sus necesidades y de las necesidades de su entorno familiar. Cuando el ciudadano no pueda hacerse cargo de sus obligaciones, estas necesidades son cumplidas por la sociedad en su conjunto. La lógica de un estado moderno es pasar de un mero carácter benéfico a unos servicios sociales regidos por principios básicos (normalización y universalización). La finalidad última de estos servicios sociales es la de erradicar las desigualdades sociales y de prevenir causas de marginación social. En base a este criterio social, la sociedad debe proteger a aquellas personas que no tienen trabajo, bien porque están fuera de la edad colaboran o por otras razones. Esta protección social se lleva a cabo de manera distinta:

- Transferencia de rentas (pensiones, indemnizaciones, subsidios,...).
- Prestaciones de servicios (asistencia sanitaria, enseñanza, residencia de ancianos,...).
- Prestaciones de exoneración fiscal (alivio fiscal).

Para que exista esta prestación social se necesita una financiación que vienen dada por las cotizaciones sociales o por los impuestos.

Con posterioridad a la 2ª Guerra Mundial, las administraciones han ido aportando un peso mayor a los gastos sociales. Este incremento ha permitido hablar de la noción de estado del bienestar que en los países europeos se generaliza entorno a los años 60 (en España en los 80). En 1991, el gasto en prestación social superó los 13 billones de pesetas, que representaba el 25% del PIB. Hay áreas de prestación social que tienen unas subidas cuantiosas, son las prestaciones por desempleo y jubilación. Otras han mantenido un porcentaje similar, como es el caso de la sanidad y la educación. El aumento de las prestaciones por jubilación se debe a un mayor número de coberturas y a la cuantía de las jubilaciones. En cuanto al desempleo, se debe al problema del incremento del paro.

Sin embargo, hay algunas posturas que destacan una percepción de crisis del estado del bienestar.

Cada vez, de manera más clara, los planes de protección social van empezando a verse complementados por los planes de protección social de otros organismos de carácter privado y con un fin no lucrativo (ONGs). Detrás de estos organismos privados están instituciones diversas (fundaciones, Iglesia, ...).

En relación con la evolución de las prestaciones sociales, la actuación que ha habido no es del todo mala. Las inversiones en gasto social redistribuyen la riqueza entre la población. Esta labor de redistribución es importante para la convivencia y la coexistencia social dentro de unos límites.

Podemos diferenciar distintos aspectos específicos de actuación relacionados con las categorías de población beneficiados por las prestaciones sociales:

- En cuanto a las prestaciones por motivos de edad podemos señalar:
- Las acciones y cuidado a la infancia para niños con dificultades sociales.
- Normativas en el tema de la adopción y acogida familiar.
- Políticas en favor de la juventud (Consejo de la Juventud). En 1991, se logra un plan integral de la juventud en cuyos objetivos se hallaban el incremento del nivel de formación.
- Los grupos de población mayor, que han crecido de forma colosal. A inicios de los años 90 se puso en marcha el "Plan Gerontológico" con el objetivo de mejorar el bienestar de estas personas. Para ello se establecieron una serie de servicios que favorecen la participación activa de estas personas.
- Otro colectivo para el cual se han elaborado políticas de protección han sido a las mujeres, intentando corregir las desigualdades. A fines de los años 80, se crea el "Plan de Igualdad de Oportunidades" con el objetivo de llegar a la igualdad legal entre hombres y mujeres. Además, en este plan se intenta conseguir la igualdad real.
- Otro caso son las personas discapacitadas. Se elaboró un nuevo plan en 1982 con caracter de ley (Ley de Integración Social del Minusválidos) que se apoya en tres metas:
 - La prevención de minusvalías.
 - La rehabilitación.
 - La integración social de minusválidos.
- Además podemos encontrarnos con grupos de minorías étnicas que sufren discriminaciones. En España el grupo étnico más representativo son los gitanos. En 1989 se desarrolló el "Plan de Desarrollo Gitano", pretendiendo la mejora de condiciones de vida y el acceso a las prestaciones sociales. También han existido ayudas a los inmigrantes, estableciéndose centros de acogida.
- Otro grupo de personas que se ven beneficiados por actuaciones en materia de prestación social son los colectivos de población que habitan en zonas geográficas desfavorecidas. Un ejemplo de intervención en estas zonas son las rentas mínimas de reinserción, cuyos objetivos son el garantizar los ingresos mínimos a cambio de un trabajo. El "Plan de Empleo Rural" (PER) es una de estas ayudas. También existen programas de integración social por razones de pobreza,.... Hay planes para zonas de barriadas desfavorecidas (URBAN).

6.- Las actividades comerciales y de mercado.

Análisis a partir de la teoría de los lugares centrales.

Las actividades comerciales tienen un claro componente espacial vertebrando el territorio.

Las actividades comerciales de los servicios representan 1/3 del total. Las otras actividades son de bienes manufactureros.

Como hemos visto, bajo el concepto de servicios existe una gran actividad comercial.

El estudio de las actividades comerciales se ha llevado a cabo dentro de un marco de referencia conceptual. Algunos autores creen bastante útil la teoría de los lugares centrales para comprender las relaciones de intercambio comercial.

Las actividades comerciales se sitúan en un nexo de unión entre la producción y el consumo. Esto hace que sea bastante complejo y necesario tener un enfoque interdisciplinar.

Pese al punto de vista específicamente geográfico, la Geografía se ocupa del funcionamiento y de las estructuras comerciales en relación con los espacios que generan estas actividades comerciales.

Los planteamientos de la teoría de los lugares centrales han sido bastante utilizados por la Geografía Económica para intentar crear modelos de funcionamiento de las distintas actividades productivas.

Brian J. L., geógrafo alemán, va a tratar la teoría de los lugares centrales y adecuarla a las actividades comerciales. Esta teoría de Khristaller se va a aplicar tanto a centros de mercado como a los centros de distribución al por menor y va a ser rápidamente aceptada.

En los planteamientos teóricos de este autor se haya recogida la división internacional del trabajo de las actividades productivas basándose en la creciente especialización en determinadas actividades productivas. Esta especialización se basa en:

- **Actividades de producción material.**
- **Actividades de distribución e intercambio.**
- **Actividades de consumo.**

De esta manera la distribución comercial va suponer toda una serie de procesos por los cuales toda una serie de bienes de consumo que se van a aproximar al consumidor.

Los lugares donde se va a dar este intercambio va a ser en los mercados, donde productores, consumidores y vendedores se ponen en contacto dándose el intercambio a través de un precio. En estos mercados existirá unos circuitos comerciales en los cuales van e intervenir los productores de bienes, los comerciantes y los consumidores. Los tipos de circuitos existentes son:

- **Circuitos directos o canal corto detallista**, donde pueden existir:
 - Relaciones directas del productor al detallista.

PRODUCTOR DETALLISTA CONSUMIDOR

b) También puede ocurrir que el productor tenga sus propias tiendas.

PRODUCTOR / DETALLISTA CONSUMIDOR FINAL

- **Circuito con distribuidor o intermediario único.**

PRODUCTOR MAYORISTA DETALLISTA

CONSUMIDOR FINAL

- **Circuito con distribuidor y revendedor.**

PRODUCTOR DISTRIBUIDOR REVENDEDOR

CONSUMIDOR FINAL DETALLISTA

En cualquiera de los casos nos es posible distinguir tres escalafones:

- El mercado de origen, poniéndose en relación producto y mayoristas de origen.
- Mayoristas de origen, mayorista de destino y detallista.
- Detallista y consumidor final.

MERCADO DE ORIGEN MERCADO MAYORISTA MERCADO DETALLISTA

PRODUCTOR MAYORISTA MAYORISTA DETALLISTA

DE ORIGEN DE DESTINO

Según Beny la cualidad esencial de todo mercado es la **centralidad**. Noción de centralidad que va a implicar un aspecto claramente espacial. Un mercado que tiende a esa centralidad para ser accesible tanto para productores como para consumidores. De esta manera el emplazamiento va a tender al mejor suministro de los demandantes y esta lógica va a definir el emplazamiento de las actividades comerciales.

Esta noción de centralidad va a dar lugar a una red que se va a extender a lo largo de un territorio con una serie de áreas de mercado articuladas unas con otras. Esta teoría de los lugares centrales va a permitir hablar de distintas jerarquías de los centros de mercado según su localización:

- **Jerarquía vecinal o de barrio.** Es aquella que está a una distancia razonable andando desde el domicilio al lugar de compra. esta escala se utiliza sobre todo en los comercios de alimentación (supermercados de barrio).
- **Jerarquía local.** Son los centros de mercados locales situados entorno a la ciudad y en las fundamentales vías de comunicación atrayendo personas de distintos barrios.
- **Jerarquía regional.** Son los centros comerciales regionales que se ubican entorno a las principales vías de comunicación donde acuden gente desde los diferentes puntos de la región. Algo importante es el aparcamiento.

Todos estos niveles de organización son importantes en temas de planificación para conocer las áreas de influencia. Por tanto todo esto va a facilitar una vertebración del territorio a escala comarcal y regional, que es importante a nivel de la Ordenación del Territorio. Y es importante porque estos centros van a ser auténticos lugares centrales que van a marcar el ritmo de crecimiento incentivando el desarrollo económico de los espacio circundantes. Todos estos elementos responden a un modelo económico basado en la racionalidad económica. Sin embargo también inciden factores sociales y culturales complejos. Por estos motivos, la teoría de los lugares centrales estará, en la práctica, bastante distorsionada. Se debe relativizar ya que existen valores que influirán en este modelo.

Actividades comerciales y su implantación territorial.

El aspecto y disposición espacial de las actividades comerciales en Europa y España han ido evolucionando a lo largo de estas décadas. A su vez esta transformación a repercutido en el modelo de distribución espacial de las actividades comerciales. Uno de los aspectos más claros de estas distribución son los comercios de alimentación. Podemos ver que se ha pasado de la antigua tienda de comestibles tradicional (colmado) a las distintas formas de autoservicios, donde actualmente el consumidor elige los propios productos. Más tarde aparecen los grandes hipermercados y otros establecimientos de grandes dimensiones lo que supone una concentración de las empresas, sobre todo en el comercio de la alimentación.

En general podemos decir que se ha ido sustituyendo el capital humano por un mayor equipamiento.

Igualmente han ido surgiendo diversas formas de agrupación de los comerciantes (cadenas de franquicias, agrupaciones de compras,...).

Todos estos cambios han incidido en la transformación espacial de estas actividades comerciales. Además esta evolución se ha producido en un contexto generalizado de cambio social y económico. En el caso de España estos cambios tuvieron lugar en los años 60 y 70.

Desde el 1 de enero de 1996 ha entrado en vigor una nueva ley de comercio que recoge todas estas series de cambios que se han venido dando en las últimas décadas. Estos cambios no son exclusivamente españoles sino que son generales y muchos autores los consideran irrevocables. Dentro de estos cambios está la progresiva desaparición del pequeño comercio no especializado, la implantación de franquicias, la aparición de los grandes centros comerciales,...

A partir de estas transformaciones se ha producido un estancamiento – retroceso del comercio tradicional y la aparición de nuevas formas comerciales que incorporan nuevos espacios y nuevas formas de vida. Estas nuevas formas de comercio hacen que aparezcan nuevos centros.

Toda esta evolución comercial esta muy en relación con el incremento del consumo de forma que un consumo cada vez más complejo va a corresponder a formas comerciales cada vez más variadas. Consumo provocado por rentas cada vez más altas y un nivel de vida más elevado. Todo ello va a repercutir en un cambio en el gasto familiar, apareciendo nuevos consumos (transporte, ocio). Además, la mayor presencia de vehículos permite un mayor desplazamiento y por lo tanto un mayor consumo.

En este sentido podemos señalar como en los últimos años han aparecido nuevas formas para fomentar el consumo (publicidad,...). Al mismo tiempo la comercialización se diversifica el consumo se masifica cada vez más.

Como conclusión podemos señalar que la distribución o el comercio adquieren una dinámica propia y compleja. A pesar de esta complejidad también es posible constatar como este tipo de servicios aparecen más desarrollados en los otros sectores y actividades productivas (fabricación de bienes, bancos, seguros, transporte,...).

El comercio al por mayor o mayorista.

La labor del comercio mayorista es la de hacer de intermediario entre el productor de los bienes y el detallista, por lo tanto este comercio al por mayor se va a situar al final de la fase de producción y al principio de la etapa de distribución. A pesar de esta labor de intermediación, sin embargo en la práctica existen situaciones diversas.

En diversos países europeos (Francia,...) el número de comercios mayoristas ha sido muy grande, llegando hoy en día a una saturación e incluso a la concentración. Un dato bastante utilizado es la relación existente entre el número de habitantes y el número de establecimientos mayoristas. En 1980 en España esta relación era de 640 habitantes por establecimiento mayorista. Esto quería decir que aproximadamente en todo el estado español había unos 50.000 establecimientos mayoristas.

Si lo comparamos con Gran Bretaña nos damos cuenta de la elevada atomización en el comercio mayorista. Esta atomización también se pone de manifiesto si nos fijamos en la superficie de los establecimientos, los cuales poseen una media de unos 1000 metros cuadrados y una media de empleados menor que en otros países.

Este comercio al por mayor se ha tenido que ir adaptando a las nuevas formas comerciales como son los *cash and carry* basados en la fórmula de autoservicio. Esta aparece en Alemania a finales de los años 50 y supone

la cesión de algunas funciones (almacenaje y transporte) al minorista, con lo que se reduce costes. Normalmente esta fórmula se utiliza en la alimentación y su implicación en España es bastante escasa.

Otro fenómeno es el del asociacionismo aunque la asociación de comercios mayoristas es mucho menor que en el caso de los minoristas.

En cuanto a la distribución territorial, el comercio mayorista tiende a situarse en emplazamientos temporales entendidos como lugares de fácil acceso en relación con la producción y el consumo. Las primeras tienen lugar en entornos fabriles y agrarios, mientras que los otros se dan en las aglomeraciones urbanas y por tanto se van a situar en las áreas de acceso en las grandes ciudades. Todos estos aspectos van a determinar el área de influencia del mayorista, compuesta quizás por varios municipios, o incluso a nivel comarca o regional.

En España las regiones que mejor están dotadas en comercio mayorista son aquellas más pobladas (Cataluña, Andalucía, Madrid, Valencia,...). Son más de 5.000 locales mayoristas en cada una de estas comunidades.

En Cantabria, según el Censo de Locales de 1990, existía unas 956 empresas mayoristas y unos 1.000 locales. Especialmente estos establecimientos se situaban en un 40% en Santander, un 9% en Torrelavega. En cuanto al número de empleados había algo más de 5.000 y de ellos un 42,7% trabajaba en establecimientos mayoristas en Santander mientras que en Torrelavega lo hacía un 16,4%.

El comercio al por menor o minorista.

La función de este tipo de comercio es bastante más conocida y representa el último paso de este ciclo de distribución. En los contenidos tratados por la Geografía del Comercio la mayor parte de los estudios van en relación con este tipo de comercio minoristas.

Este subsector posee una gran movilidad tanto en el tiempo como en el espacio. Normalmente tienden a concentrarse en el centro de las grandes ciudades e incluso en las zonas interiores se ha llegado a un cierto sobreequipamiento.

También forman parte aquellas actividades minoristas tradicionales con una baja capitalización y con un local de pequeñas dimensiones. Estos persisten hoy en día en nuestro país aunque presentan una crisis importante.

En España existe un número importante de comercios minoristas siendo el más alto de toda Europa, donde ha ido desapareciendo del centro de las ciudades situándose en las afueras de estas en grandes centros comerciales.

Existen unos 63 habitantes por comercio minoristas en España, mientras que en países como Alemania o Francia el número asciende a 100 habitantes. Este número en Europa se ha ido reduciendo al contrario que en España.

En 1960 en nuestro país existía unos 260.000 establecimientos minoristas. En 1970 la cifra supera los 430.000 situándose en 1980 en los 570.000 establecimientos minoristas. Este crecimiento tiene varios factores explicativos como son la crisis o el paro. Las personas sin trabajo tienden a abrir comercios minoristas pequeños.

En el caso de Cantabria existían más de 7.000 locales activos dedicados al comercio mayorista. De este total una parte importante (19%) era de comercio no especializado. En torno a un 51% eran establecimientos especializados.

En Santander existían 3.000 locales siendo establecimientos especializados un 70%, y no especializados entorno al 13%.

La gran abundancia del comercio minoristas en España hace que las dimensiones de estos locales sean muy pequeñas (entorno a los 50 metros cuadrados). La superficie de un establecimiento dependerá de la actividad que se lleve a cabo en él. Esto hace que en los últimos años muchos de los comercios minoristas se ubican en los ejes periféricos.

A pesar de la importancia más grande un de los hipermercados, aún sigue teniendo una gran trascendencia económica los pequeños comercios minoristas con uno o dos empleados con una forma de trabajo de autoexplotación. También es abundante en estos comercios la mano de obra femenina que no está dada de alta.

En cuanto a la distribución del comercio minoristas por funciones domina el de la alimentación. Sin embargo a partir de los años 80 este tipo de comercio se halla en franco retroceso. En segundo lugar está el comercio textil y de confección. En una situación muy próxima a la anterior están los comercios de electrodomésticos.

Todas estas estimaciones generales se pueden ir desglosando a escala provincial con notables diferencias entre unas y otras debido a factores distintos:

- **Las formas de hábitat** (en el caso de Galicia, Lugo y Orense el número de establecimientos minoristas es bastante menor que en otras provincias españolas debido a su carácter claramente rural).
- **La presencia en mayor o menor medida de nuevas formas comerciales** (la implantación de nuevos centros comerciales y la reestructuración del número de establecimientos en aquellas provincias donde éste es importante).
- **Los hábitos de consumo** (las zonas rurales tiende al autoabastecimiento).
- **El turismo**, que hace que el número de establecimientos comerciales sea mayor.

En España, el mayor número de licencias comerciales se encuentra en aquellas provincias con un desarrollo urbano más importante y relacionadas con el turismo. En Gerona y las islas Baleares hay 25 diferencias por cada 1.000 habitantes. Otras provincias con un número también altos con Navarra, Huesca, Lérida, Barcelona, Tarragona, Málaga,... Estas provincias tienen una especialización comercial bastante importante.

Debemos entender distintos tipos de comercio minoristas:

- **El comercio minoristas tradicional**. En España constituye la parte más numerosa del comercio minorista. Se trata de pequeños establecimientos con una titularidad individual o familiar sin nexo de unión jurídica con otros establecimientos (franquicias). Esto hace que se tengan que enfrentar sólo a un mercado cada vez más competitivo y con unas estrategias más complejas. En la mayoría de las ocasiones no poseen trabajadores asalariados. Las dimensiones de la superficie física ocupada es pequeña y muchas veces son locales que presentan más de 40 años de antigüedad. El equipamiento es deficiente porque poseen una debilidad financiera y los propietarios en una gran parte son personas mayores con edades próximas a la jubilación. La rentabilidad es baja y las cifras de ventas son pequeñas.

A pesar de este panorama este comercio minorista tradicional cuenta con una serie de ventajas como es:

- El trato personal al cliente.
- Una mayor calidad de los productos en la gran mayoría.

Los nuevos clientes necesitan una serie de incentivos (escaparates atractivos,...) para ser atraídos. Este comercio constituye un rasgo característico del centro de las ciudades, siendo tenido en cuenta por las

autoridades municipales. Como conclusión decir que resulta difícil que este tipo de comercio desaparezca radicalmente.

- **El comercio minoristas de grandes dimensiones.** Dentro de este bloque se incluye las nuevas formas de autoservicios, los almacenes, los hipermercados, y los centros comerciales. La aparición de estas formas ha contribuido a ser más dinámica la actividad comercial y a aparecer nuevas formas de consumo, marketing y servicios anexos. En relación con estas nuevas formas comerciales no se debe olvidar la política de precios.

La implantación de estas formas tienen una notable incidencia espacial al tener una clara importancia en los temas de usos del suelo.

desde un punto de vista económico la trascendencia de estas actividades comerciales nuevas no ha dejado de crecer, de manera que en España el mayor porcentaje de ventas corresponde a estas nuevas formas comerciales. Dentro de estas había que decir:

- **Autoservicios** (establecimientos con una superficie de venta de 40 a 120 m²).
- **Superservicio** (establecimientos con una superficie de venta de 120 a 400 m²).
- **Supermercado** (establecimientos con una superficie de venta de 400 a 2.000 m²).

Este tipo de comercio hace referencia a una forma concreta de venta con un acceso directo al los productos por parte del consumidor. Esto va a requerir una mayor superficie comercial pero un menor número de empleados.

- Los primeros **autoservicios** de este tipo surgieron en Francia a finales de los 50. En España se desarrollarían sobre todo en los años 70, vinculados al comercio de la alimentación y con una superficie media de 62 m². A mediados de los 80 ya existían en nuestro país unos 100.000 establecimientos con una media de 80 m² que seguía siendo escasa.

En muchas ocasiones los servicios tradicionales se transformaron en autoservicios apareciendo cooperativas que los agruparon.

El número de autoservicios en España es mayor que en otros países europeos concentrándose la mayor parte de éstos en las provincias y ciudades con mayor número de habitantes. Otro factor importante que determina la aparición de este tipo de comercio es de nuevo el turismo. Se tratan por lo tanto de comercios urbanos y que aparecen en determinadas poblaciones a partir de un cierto número de habitantes (entorno a los 3.000).

- Otro tipo de establecimientos comerciales son **los almacenes por secciones** que pueden ser de dos tipos: los grandes almacenes y los almacenes populares. En los dos casos es necesario una superficie comercial grande.
- En el caso de **los grandes almacenes** la superficie es mayor que en los almacenes populares y se organizan por secciones. Se utilizará técnica del autoservicio, siendo el surtido de productos alto (más de 50.000 referencias). Las dimensiones se sitúan entorno a los 4.000 metros cuadrados y pueden ocupar un edificio completo. En España aparecen a principios del siglo XX siendo actualmente el único gran almacén El Corte Inglés.
- **Los almacenes populares** poseen un surtido de artículos menor centrarse en determinados productos. La superficie de venta es también inferior y sus precios son más bajos. La calidad de los productos suele ser también inferiores.

La expansión en España de estos almacenes ha sido tardía y el mayor crecimiento se ha dado en los años 60. A comienzos de los 80 en España existía algo más de 70 grandes almacenes y 200 almacenes populares. La localización de estos establecimientos es claramente urbana y se sitúa por lo general en el centro de las ciudades.

Estas dos fórmulas de comercio se hallan, por lo general, en retroceso en toda Europa, a pesar de existir líderes en el sector.

Los hipermercados y centros comerciales.

Los **hipermercados** siguen la forma de autoservicio aunque su superficie es mucho mayor (por encima de los 2.000–2.500 m²). Debido a estas dimensiones que ubican en las periferias urbanas y entorno a los principales ejes de comunicación de la ciudad dado que los desplazamientos de sus clientes serán mayoritariamente mediante el automóvil, lo que obliga que estén asociados también a un aparcamiento.

Las tres categorías de productos que se comercializan son alimentación, textil y bazar.

Otra de las características es que todo intercambio tiene una amplia política comercial (oferta, publicidad,...), contando además con horarios de venta especiales (ininterrumpido hasta las diez de la noche).

Según la mayor parte de los autores que han estudiado las actividades comerciales, la aparición de los hipermercados y centros comerciales es un proceso derivado de la evolución del capitalismo avanzado. La presencia de uno o varios hipermercados en una zona nos indica una alta densidad de población (75 hab/km²) y un mayor nivel de rentas.

Este tipo de establecimientos absorben grandes superficies de suelo, lo que obliga a situarse en espacios periurbanos exigiendo una alta motorización de sus consumidores. Así pues las propias estrategias de localización van a resultar un elemento trascendental en la organización y estructura en las vías de acceso a las ciudades de tal manera que un hipermercado va a dinamizar el tráfico circulatorio, llegando a veces a saturar dichas vías de comunicación. Hay efectos territoriales, como son las áreas de influencia o actuación, condicionadas por el trazado diario.

Los primeros hipermercados que aparecieron en España son de mediados de los 70, surgiendo primeramente en Gerona y extendiéndose luego al resto del país. Fueron acogidos con gran contrariedad por los pequeños propietarios de tiendas tradicionales al temer estos por su desaparición.

El crecimiento de los hipermercados no ha sido igual de unas provincias a otras. La presencia de estos no es tan abundante como en otros países europeos.

Su existencia no ha hecho desaparecer, como cabría prever, los autoservicios, supermercados o tiendas tradicionales como en otros países. Esto es debido a los hábitos de consumos de los españoles que se han mantenido, aunque con una cierta dificultad. Aún así ello no impide que en el caso de los hipermercados exista un oligopolio empresarial.

A la hora de instalar un hipermercado es necesario realizar un estudio. En estos estudios se considera que debe existir una clientela mínima que ha de estar alrededor de los 90.000–100.000 habitantes. Sin embargo cuando las inversiones del establecimiento son menores a 6.000 m² se han llegado a considerar aceptable la existencia de 30.000 habitantes en el área de influencia.

un escollo que se plantea es el tema de la concesión del licencias municipales. La instalación de un hipermercado o centro comercial requerían la modificación en algunos casos de los planes de usos del suelo. Además una vez instalado el hipermercado se va a modificar la configuración espacial de esa área. Es muy

recurrente que estos hipermercados atraían la construcción de viviendas y equipamiento, además de una reorganización del trazado diario. Todo esto demuestra la importancia de las zonas periurbanas.

Los centros comerciales son otra forma comercial reciente. En su diseño la concepción parte de unas serie instalaciones múltiples integradas que reunirán diversos comercios individuales, ya sean públicos o privados, además de equipamiento de ocio.

Debido a estas características múltiples las inversiones que requiere los centros comerciales van a ser muy elevadas. En el caso de España se considera que entorno a un 65% invertido en centros comerciales es capital español. Normalmente el foco de atracción en un centro comercial es la creación de un hipermercados o gran almacén.

En 1994 España contaba con un número total de 25.000 tiendas que se agrupaban en centros comerciales. En este año el número de hipermercados en centros comerciales eran de 140.

La arquitectura de los centros comerciales son muy similares entre sí. Este tipo de diseño ha hecho que algunos autores los denominen como *catredrales del consumo*. El primer centro comercial que apareció en España es de 1980 y su superficie de ventas fue superior a los 50.000 m². A finales de esta década existían en todo el país cinco grandes comerciales. Sin embargo en 1994 se llegó a superar los 300 centros comerciales. El número actual de metros cuadrados por cada mil habitantes es de 90, siendo en otros países próximos la relación de 200 m²/1000 hab.

Los centros comerciales más importantes reciben a varios millones de habitantes al año. Este enorme número de personas hace que las cuotas de mercados empiecen a ser considerables en España. No obstante en EE.UU. los centros comerciales tiene una cuota de mercado de más del 60%.

Los resultados de la reciente evolución comercial.

En la actualidad el modelo comercial posee un carácter dual:

- En primer observamos cómo siguen funcionando en el interior de las ciudades pequeños comercios tradicionales que se ven sometidos a una fuerte reestructuración.
- En segundo lugar vemos cómo han ido proliferando las diversas nuevas formas comerciales.

Estas últimas formas comerciales han provocado una doble tendencia financiera hacia la concentración de capital y a la introducción en España de inversiones comerciales extranjeras.

Hoy en día han aparecido unas pocas grandes empresas comerciales con importantes políticas de marketing. Si adoptamos la escala de la Unión Europea las concentraciones también han sido importantes llegando incluso a niveles internacionales.

Si aceptamos una diferenciación por sectores en la alimentación, la concentración ha sido muy elevada. En cifras globales las operaciones de fusión ó adquisición en la Unión Europea han pasado de un nivel nacional en 1987 entorno a 300 concentraciones, en 1992 se llegaron a superar las 500 concentraciones. A nivel comunitario las empresas también han ido creciendo, siendo 25 concentraciones en 1987 y en 1992 100 concentraciones.

Esta doble propensión a la concentración de capitales junto a la entrada de capital tiene notables implicaciones geográficas. Así en el espacio urbano una de las repercusiones más importantes es la aparición de grandes agentes comerciales capaces de intervenir e influir en las localizaciones de nuevos espacios. La capacidad de estas grandes empresas comerciales para inmiscuirse en la política urbanística son cada vez más importantes.

Una gran superficie comercial buscará una rentabilidad rápida a sus inversiones, provocando el desplazamiento de un número importante de personas. A esto hay que añadir el traslado de actividades industriales en su localización, pudiendo motivar la aparición de otros usos espaciales (residenciales sobre todo).

La actividad comercial orientada hacia un consumidor final es un elemento muy importante de transformación urbana. En este sentido la Geografía Comercial (perteneciente a la Geografía de los Servicios) aparece claramente conectada con la Geografía Urbana (de la Geografía Humana).

40

Comercio internacional de servicios