

Tema 12: El sector terciari.

1. Característiques i classificació dels serveis.

1.1. Característiques del sector terciari.

Les característiques principals que defineixen el sector terciari són:

- **Activitats intangibles i immaterials.** El que s'ofereix i es valora és la qualitat de la prestació que es fa; per exemple, un servei mèdic o un assessorament.
- **Activitats impossibles d'emmagatzemar.** Els serveis es presenten quan calen o quan són demanats, de manera que solen localitzar-se a prop dels possibles usuaris.
- **Activitats molt diverses.** S'hi inclouen una gran varietat; des d'administracions públiques, serveis financers, comercials, culturals i de lleure, sanitaris i educatius, direcció, administració i assessorament d'empreses, serveis de neteja i manteniment, assistència social, comunicacions...

Actualment es tendeix a diferenciar dos subsectors: terciari clàssic i terciari superior o quaternari, que aplega les activitats més qualificades: recerca, telecomunicacions, alta tecnologia...

1.2. Indicadors per a l'estudi del sector serveis

Per analitzar la importància del sector serveis se sol utilitzar:

- **El percentatge que aporta el sector serveis al producte interior brut (PIB).** Aquest indicador permet conèixer la riquesa que crea el sector terciari en el conjunt de l'economia del país. A la UE s'hi constata un augment progressiu de l'aportació dels serveis al PIB, tot i que a alguns països, com ara Alemanya, el Regne Unit o Espanya, continua sent rellevant l'aportació de la indústria
- **El percentatge de treballadors ocupats en el sector serveis.** Es considera que una societat està terciaritzada si més del 60% de la població activa treballa en els serveis.

Classificació dels serveis.

El sector dels serveis es pot classificar així:

- **Serveis de consum final**, adreçats directament als consumidors: aquí s'hi inclouria el comerç minorista, l'hoteleria, la restauració o els serveis d'oci.
- **Serveis de producció i de distribució**, orientats a empreses o a professionals, serveis financers, comerç a l'engròs o transports.
- **Serveis públics**, en mans d'administracions diverses, o comercialitzables, que depenen d'una empresa privada.
- **Serveis estancats**, que no poden augmentar la seva productivitat, perquè no poden reduir mà d'obra, com ara els serveis socials.
- **Serveis progressius**, en els quals és possible un estalvi en els factors de producció; per exemple, les comunicacions.

1.3. El sector dels serveis a Espanya

A Espanya, el 2015, el sector terciari ocupava més del 76% de la població activa. Aquest valor, però, varia segons les diferents comunitats autònomes. Els percentatges més alts en ocupació terciària corresponen a:

- La Comunitat de Madrid, pel gran nombre de serveis públics d'àmbit estatal.
- Les comunitats autònomes de Canàries i les Illes Balears, per l'activitat turística.
- Les ciutats de Ceuta i Melilla, que mostren el valor més alt de població ocupada en els serveis per la manca gairebé total d'altres tipus d'activitat productiva i pel pes de l'exèrcit i del funcionariat.

Distribució dels serveis per subsectors

En desglossar el sector terciari s'observen els següents fets:

- Els subsectors de serveis socials tenen molt pes laboral i es troben repartits de manera força equitativa al territori. Aquest és el cas dels serveis administratius, sanitaris o educatius, tot i que hi ha comunitats més ben situades que d'altres.
Si, per exemple, es pren com a indicador el nombre de metges per cada 10.000 habitants, hi destaquen Aragó i la Comunitat de Madrid. Però, si es mesura la capacitat hospitalària, Catalunya i Canàries es troben per damunt de la mitjana de les altres comunitats autònomes.
- El subsector de les comunicacions, les finances i els serveis a empreses està molt relacionat amb els nivells de renda i amb la concentració de la població, les empreses i les institucions. Madrid i Barcelona són al capdavant d'aquest sector, seguides per València i Sevilla.
- La major concentració d'empreses comercials es dona a Andalusia, Catalunya, la Comunitat de Madrid i la Comunitat Valenciana. Aquestes quatre comunitats autònomes acumulen més de a meitat de les empreses comercials que hi ha a tot Espanya.

1.4. El sector terciari i la crisi econòmica.

És significativa l'evolució del sector terciari a Espanya durant els anys recents de crisi: entre 2008 i 2013 els ocupats en el sector serveis han passat de ser el 68% al 76%.

Tot i que s'ha produït una davallada generalitzada del nombre de treballadors, cal assenyalar que el sector terciari ha estat el que ha tingut una caiguda menor: un 8% davant el 18% del conjunt del mercat laboral.

Durant aquests anys, el nombre de treballadors en el sector serveis ha disminuït a totes les comunitats autònomes, amb l'excepció de les Illes Balears.

2. El comerç i els intercanvis. El comerç exterior espanyol.

El comerç es realitza als mercats, que poden ser concrets, en els quals s'exposen les mercaderies i es comercialitzen. I abstractes, en els quals es negocien mercaderies que no hi són presents, com ara la borsa de valors.

2.1. Les característiques principals del comerç.

- La forta concentració de la demanda a les zones urbanes i industrials.
- El gran volum de la demanda permet una especialització creixent del comerç dedicat a la mercaderia.
- L'augment notable del volum total dels intercanvis, atès que es comercia amb tota mena de productes. La facilitat, la capacitat, l'especialització i el baix preu del transport han permès un intercanvi a gran distància.
- Es fan estudis comercials per tenir un coneixement més gran sobre les tendències i les preferències de la demanda, amb la finalitat de desenvolupar una planificació de la producció, el transport, l'emmagatzematge i la distribució de les mercaderies.
- Al llarg del procés d'intercanvi, el producte passa per diferents intermediaris (agents comercials majoristes, transportistes....) i hi intervenen entitats financeres o asseguradores.
- La creació de grans empreses comercials, de vegades multinacionals, que dominen gran part del procés de comercialització.

2.2. El creixement del sector comercial.

L'expansió dels intercanvis internacionals es deu bàsicament a dos factors:

- **La liberalització del mercat.** L'eliminació progressiva de barreres al lliure comerç va ser impulsada en primer lloc per l'Acord General sobre Aranzels i Comerç (GATT) i, després, per l'Organització Mundial del Comerç (OMC). La supressió de molts aranzels ha permès a les empreses crear xarxes d'intercanvis cada vegada més denses i extenses.
- **Les noves tecnologies.** Les noves tecnologies de la informació i de la comunicació han permès tenir coneixement dels mercats i de les seves peculiaritats, comprar i vendre a temps real i realitzar cobraments i pagaments a través de la xarxa informàtica bancària amb nivells de fiabilitat molt alts.

2.3. El comerç internacional.

El comerç internacional representa l'intercanvi de béns i mercaderies de cada país amb altres països.

El comerç internacional espanyol

Espanya està integrada en el bloc comercial de la Unió Europea, que reuneix països altament industrialitzats amb un comerç molt actiu entre els seus membres i a l'exterior.

Espanya comercia dins de la UE al voltant del 70% de les seves exportacions i el 60% de les importacions. Aquesta relació comercial és especialment intensa amb Alemanya, França i Itàlia. Fora d'Europa, destaca el comerç amb Amèrica i les importacions de petroli procedents de països del Golf Pèrsic.

2.4. La balança de pagaments.

La balança de pagament indica el conjunt de transaccions econòmiques que un Estat realitza amb l'exterior. Es subdivideix en:

- **Balança per compte de capital.** Inclou les transferències de capitals públics i privats.
- **Balança de compte financer.** Registra inversions directes i financeres i reserves dels bancs nacionals.

- **Balança per compte corrent.** Comptabilitza ingressos i pagaments per comerç, serveis, rendes i transferències. S'hi inclouen:
 - **Balança comercial:** registra importacions i exportacions.
 - **Balança de serveis:** inclou turisme, viatges, assegurances, serveis informàtics i patents.
 - **Balança de rendes:** compta amb els rendiments o els beneficis de capital, treball...
 - **Balança de transferències:** conté les trameses de capital d'immigrants, donacions i ajudes al desenvolupament.

La balança de pagaments a Espanya.

La balança de pagaments a Espanya tradicionalment mostra un saldo negatiu:

- **La balança comercial** presenta un dèficit elevat pel valor de la importació de productes energètics (petroli).
- **La balança de vendes** també sol ser deficitària, a causa de l'endeutament extern de l'economia espanyola.
- **La balança de serveis** sol tenir superàvit gràcies al turisme.

Els darrers anys, la disminució en el dèficit de la balança comercial és a conseqüència de la davallada del consum generada per la crisi econòmica mundial; els productes d'importació han estat substituïts per productes fabricats a Espanya, han augmentat les exportacions i ha baixat el dèficit energètic.

3. Les característiques del comerç interior a Espanya

El comerç interior d'Espanya presenta dues característiques bàsiques: és un sector amb nombroses empreses petites que estan distribuïdes de manera desigual.

3.1. Els canals de comercialització

El comerç interior espanyol es caracteritza per la dualitat, de manera que hi coexisteixen un gran nombre d'empreses petites juntament amb empreses comercials grans, de capital nacional o multinacional.

Els canals de distribució dels béns d'equipament.

Els béns d'equipament no necessiten gaires intermediaris perquè les instal·lacions industrials, maquinària pesant, màquines eina, maquinària elèctrica, vehicles de gran càrrega o vehicles col·lectius de passatgers i fàbriques completes (clau en mà) es fabriquen per encàrrec.

En la comercialització d'aquests béns de gran preu es practica molt sovint el Leasing (llogar la maquinària i pagar-ne una renda amb possibilitat de compra) i el rentin (inclou manteniment i assegurança, però no possibilitat de compra).

Els canals de distribució dels béns de consum.

Els aliments frescos exigeixen una comercialització ràpida. Existeix una llarga cadena d'intermediaris, això fa que se'n vagi carregant el preu inicial, de manera que de vegades el consumidor acaba pagant-ho cinc vegades més car que en l'origen. Això ha afavorit la creació

de cooperatives i agrupacions de productors que s'encarreguen de la comercialització i la venda directa a les grans superfícies o als mercats centrals, com ara Mercabarna o Mercamadrid.

La comercialització de béns de consum duradors, com ara aliments enllaunats i conserves, confecció, electrodomèstics, mobles... es poden adquirir tant en petit comerç, que ofereixen un servei més personalitzat, o en grans superfícies comercials, supermercats o grans magatzems, que tenen marques blanques i fan promocions.

Sovint la implantació d'una gran superfície ha comportat el tancament de petits comerços que no podien competir amb la imatge i els preus d'aquests grans centres, i aquest fet ha provocat una decadència de la funció comercial de molts centres urbans.

3.2. Distribució del comerç interior al territori

La distribució del comerç interior depèn bàsicament del grau de desenvolupament econòmic, de l'existència d'un extens mercat amb un poder adquisitiu suficient i de la disponibilitat d'una xarxa de transport eficient.

Aquests factors afavoreixen que el comerç es localitzi predominantment a les comunitats amb més renda per càpita, com Madrid, Catalunya o País Basc, i a les localitats ben connectades i amb alta densitat de població i als barris urbans.

Si es té en compte el pes de les empreses en el conjunt nacional, hi destaquen Catalunya, Andalusia, la Comunitat de Madrid i la Comunitat Valenciana. El conjunt d'aquestes quatre autonomies suma més de la meitat de les empreses comercials espanyoles.

3.3. Les jerarquies urbanes i les àrees comercials

Les àrees comercials són l'espai geogràfic al qual va la població preferentment per adquirir-hi articles que no són de primera necessitat, com ara electrodomèstics, mobles, llibres, cosmètica, articles de regal... o també serveis especialitzats com notaria, estudis superiors o serveis culturals.

El fet de conèixer a quin lloc va la població d'un territori per fer les compres o per demanar serveis permet establir una jerarquia urbana, delimitar unes àrees d'atracció i planificar el comerç possible d'un producte o un servei.

En la jerarquia més alta hi ha les grans ciutats Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Saragossa o Bilbao, amb un àrea d'atracció que supera la de la comunitat autònoma corresponent. Les capitals de província i alguns centres comarcals molt actius són centres d'atracció menor.

4. Els transport: funcions i problemàtiques

4.1. El transport i les seves funcions.

El sistema de transport permet el desplaçament de persones i mercaderies d'un indret a un altre. Les infraestructures (carreteres, vies fèrries, ports, aeroports) són necessàries per a la circulació dels mitjans de transport (camions, trens, vaixells, avions...), que són cada vegada més ràpids i sofisticats.

Els transports en conjunt tenen assignades tres funcions importants:

- Presten un servei que respon a la necessitat o al desig de desplaçament de les persones. La mobilitat obligada (per raons de treball o d'estudi) crea greus problemes de circulació a les grans ciutats, especialment a les hores punta.
- Satisfan les necessitats econòmiques perquè posen en contacte la producció amb el mercat i fan possible la distribució de béns i serveis. És per això que la densitat i la qualitat de la xarxa de transports d'un país són indicadors de nivell de desenvolupament econòmic.
- Contribueixen a integrar els diferents grups socials i la difusió de les idees, les tècniques i les cultures. Actualment, la televisió o internet suposen una revolució en la facilitat del transport de la informació, essencial en el procés de globalització econòmica.

4.2. La relació entre els transports i l'activitat econòmica.

Hi ha una estreta correlació entre fluxos i activitat econòmica, cosa que és evident en l'anomenat arc mediterrani i a Madrid.

El transport per carretera indica en gran manera la tendència a la mobilitat general a Espanya en un termini mitjà, perquè representa el 88% del transport interior de viatgers i el 95% del transport interior de mercaderies efectuat en els modes terrestres.

4.3. Problemàtiques ambientals dels transports.

El transport és el principal sector consumidor d'energia final a Espanya (42%), xifra que supera la mitjana europea (33%). En consonància amb això, les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle procedents del transport també són a Espanya superiors als emesos a Europa: això ens dona una idea de la importància del paper que el transport ha de tenir en la lluita contra el canvi climàtic.

Per desenvolupar tots els mitjans de transport i millorar-ne les infraestructures, s'opta per la intermodalitat (combinar diferents mitjans de transport per a persones i mercaderies).

5. Els mitjans de transport a Espanya.

El mode predominant del transport de mercaderies a Espanya és la carretera (72%), seguit del marítim (25%), del ferrocarril (2%) i de l'aeri (1%).

5.1. El transport terrestre.

La xarxa de carreteres.

El sistema de transport espanyol, tant de viatgers com de mercaderies, dona un protagonisme indiscutible a la xarxa de carreteres. Aquest fet ha provocat un desequilibri en el sistema de transport, perquè s'hi ha invertit més que en la xarxa ferroviària, a diferència del que ha passat a altres països europeus. Les conseqüències són:

- Alta congestió de la circulació, especialment a les zones més poblades.
- Demanda constant de noves vies a causa de l'augment de la circulació.
- Gran impacte ambiental, tan visual com acústic i de contaminació atmosfèrica.

Durant molts anys, la xarxa estatal de carreteres ha estat bàsicament radial per permetre una connexió fàcil de la perifèria amb Madrid. Aquesta situació es va corregint mitjançant la introducció d'una millor connectivitat entre els radis.

La xarxa d'alta capacitat.

La xarxa d'alta capacitat canalitza els itineraris d'interès general i connecta els fluxos de tràfic interregionals, internacionals i els ports i els aeroports de gran circulació, i comunica totes les capitals de província. Suporta al voltant de la meitat del tràfic total, comptant-hi carreteres, autovies i autopistes de peatge (aquestes últimes admeten més vehicles i permeten trajectes més ràpids i més segurs). Espanya és, actualment, el país europeu amb més longitud d'aquest tipus de vies.

La xarxa ferroviària.

El 1941 es van nacionalitzar la majoria de les empreses ferroviàries existents i es va crear RENFE, que connectava totes les capitals de província. Actualment Renfe ja no té el monopoli de la xarxa ferroviària i hi ha empreses d'àmbit autonòmic, com els Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya els de la Generalitat Valenciana o l'Eusko Tren a Bilbao, entre d'altres.

La xarxa ferroviària espanyola presenta problemes diversos:

- L'amplada de la via: les nostres vies són més amples que les d'Europa. Això obliga a fer transbords costosos a les fronteres, de manera que es busquen solucions tècniques que permetin als trens circular indistintament pels dos tipus de trams.
- Molts trams ferroviaris són de via única, i això redueix la velocitat i la freqüència dels trens.
- A causa del mal estat d'algunes infraestructures i de la poca demanda de passatgers, molts trams antics estan infrautilitzats.

Característiques de la xarxa d'alta velocitat

La UE considera que el transport de passatgers per ferrocarril té futur per a distàncies mitjanes (200-600km), quan uneix grans ciutats i el viatge no supera les tres hores. Per això a Espanya es promocionen trens ràpids i còmodes com l'Altaria o l'AVE, que et deixen al centre de la ciutat sense desplaçar-se des de l'aeroport. Això ha fet que, el 2014, per primera vegada, els usuaris del ferrocarril van superar els viatgers de transport aeri.

5.2. El transport aeri.

Els avions són un mitjà de transport en gran expansió, especialment després de la irrupció de les companyies de baix cost, però necessita unes instal·lacions adients, així com mesures molt exigents de seguretat i de control.

El transport aeri ha estat bàsicament de passatgers; actualment, però, hi ha demanda creixement per al transport de mercaderies, de manera que els aeroports, a més de terminals per a viatgers, han d'estar equipats amb hangars per emmagatzemar i redistribuir la càrrega.

La xarxa d'aeroports espanyola

A Espanya, la construcció i l'ampliació dels aeroports ha facilitat l'increment del turisme. L'aeroport de Madrid – Barajas és molt important, perquè comunica amb tots els aeroports regionals i a més actua com a hub, amb vols directes cap a altres aeroports nacionals, continentals i transoceànics. El segueix en importància l'aeroport de Barcelona – El Prat, que aspira també a esdevenir un hub. Altres aeroports que destaquen a Espanya són els que donen servei a zones turístiques importants.

5.3. El transport marítim.

Actualment, el transport marítim és rendible per desplaçar grans volums de càrrega a llarga distància. Per augmentar la rendibilitat, les empreses marítimes utilitzen grans vaixells i necessiten que la càrrega i la descarrega sigui ràpida per reduir temps: els ports estan condicionats amb infraestructures molt costoses. A més a més, els ports competeixen entre ells per atreure el tràfic i creen zones d'activitat logística (ZAL) on emmagatzemen i redistribueixen els contenidors.

El model portuari espanyol.

El transport marítim de mercaderies ha guanyat quota de mercat en els fluxos d'exportació per comparació amb l'any 2000, fins acaparar més del 70% del volum total del comerç exterior. Això ha estat possible per l'obertura de mercats emergents més llunyans, principalment a Àsia i a Amèrica del Sud, on el mode marítim és gairebé l'única opció viable.

El volum més important del transport marítim correspon als líquids a doll: productes petrolers en ports propers a refineries o centrals tèrmiques (Algesires, Bilbao, Tarragona o Cartagena), gas natural, olis, greixos, vins, productes químics...

Els segueixen en importància:

- Els sòlids a granel (carbó, minerals ciment, adobs, pinsos, farratge...).
- La mercaderia general (automòbils, productes siderúrgics i químics, fruites, hortalisses, fusta, paper...).
- Els contenidors, amb un alt moviment al port de València.

També el nombre de viatgers per via marítima ha crescut la última dècada, essencialment dels viatgers de creuers.

6. La logística i el transport intermodal.

Les activitats logístiques fan d'enllaç entre la producció i els mercats i asseguren la distribució correcta dels productes i els serveis. L'objectiu final de la logística és, per tant, assegurar el lliurament d'un producte determinat en el moment i el lloc indicats, amb la menor despesa de temps i de cost.

Coordinar el procés logístic comporta el control de diferents processos, com ara el de gestió, emmagatzematge, proveïment, control i planificació de la producció, el transport, la distribució i el reciclatge, entre molts d'altres.

6.1. La gestió logística.

La logística s'ha d'entendre com a motor de desenvolupament i creixement econòmic del país. Tot i que la logística evoluciona cap a la inclusió d'un nombre més gran d'activitats relacionades al llarg de la cadena d'abastament-producció-distribució de béns, el transport en sentit estricte continua representant la part més important de la logística, perquè constitueix al voltant del 60% dels costos logístics totals.

El Ministeri de Foment ha establert les línies i les actuacions prioritàries en matèria logística per consolidar el posicionament d'Espanya a escala global, tot aprofitant-ne l'excel·lent localització geogràfica i les infraestructures de primer nivell en tots els modes de transport (carretera, ferrocarril, transport marítim i aeri).

6.2. El transport intermodal.

El transport intermodal està format per les diferents xarxes de transport que conflueixen en punts o nodes on s'ubiquen les plataformes logístiques i des de les qual s'organitza tot el procés.

La intermodalitat permet mecanitzar i agilitzar les operacions de canvi de mode de manera que no calgui manipular la càrrega, això s'aconsegueix mitjançant el transport de la càrrega en unitats intercanviables, com, per exemple, els contenidors. Aquest és un transport més eficaç des del punt de vista energètic, i menys contaminant, perquè combina els modes de transport més eficients per a cada cas.

El transport intermodal a Espanya.

L'oferta de transport multimodal resulta una alternativa cada vegada més eficaç i rendible per als operadors logístics, especialment en el cas dels grans fluxos de mercaderies i de recorreguts de llarga distància.

7. Els serveis relacionats amb el turisme, la cultura i l'oci.

7.1. Importància del turisme.

A partir de la segona meitat del segle XX, el turisme va esdevenir un fenomen de masses. Això va ser a causa del creixement econòmic de la dècada de 1950 i de les vacances pagades aconseguides pels sindicats. Des de llavors, els desplaçaments a l'estranger per turisme han anat en augment i Espanya, com la resta del sud d'Europa, es va convertir en una destinació preferent per les platges, els preus, i la facilitat de transport.

7.2. Espanya, una potència turística.

La gran expansió turística a Espanya va tenir lloc a partir de 1960. Basada en una oferta de preus baixos, va créixer de manera espectacular durant més de deu anys, fins a la crisi del petroli i el moment històric de la transició.

Actualment, Espanya continua sent un país amb un gran potencial turístic, el qual arriben cada any milions de visitants. Ocupa un lloc destacat entre les cinc primeres destinacions turístiques del món, tant pel nombre de visitants que rep com pel volum d'ingressos que aquests aportem, per això el turisme té una gran importància econòmica.

Els turistes gasten en viatges, allotjament, restaurants, diversió, compres... i aquesta activitat crea un gran nombre de llocs de treball (construcció, comerç, hoteleria, restauració i serveis diversos), de manera que les zones turístiques concentren un bon nombre de serveis. Les comunitats autònomes amb més ocupació en el turisme són la de Madrid, Catalunya, Andalusia, València, Canàries i Balears. Aquestes dues últimes suposen un gran motor econòmic (a les illes més del 20% dels assalariats treballa en el sector).

El turisme més destacat que es fa a Espanya és l'anomenat "de sol i platja". Molts d'aquests viatges estan organitzats per empreses turístiques, companyies aèries, cadenes hoteleres, agències de viatges o touroperadors.

Origen i destinació dels visitants estrangers

Els turistes que visiten Espanya procedeixen majoritàriament d'altres països de l'Europa occidental: Regne Unit, Alemanya i França. La majoria arriben per via aèria, durant els mesos de juliol, agost i setembre. Els llocs de destinació principals són les comunitats del litoral mediterrani (sol i platja) i la Comunitat de Madrid (turisme urbà i cultural).

Les condicions climàtiques han convertit el nostre país en destinació elegida per persones jubilades de països del nord d'Europa, que han fixat aquí la seva residència. A més, les noves tecnologies de la informació i de la comunicació permeten a molts estrangers viure a Espanya i treballar al seu país.

7.3. Turisme nacional i mobilitat temporal.

L'augment del nivell de vida dels espanyols ha comportat una mobilitat més gran de la població, tant en caps de setmana com en viatges de vacances. La generalització de l'ús de l'automòbil i la millora de les vies de comunicació terrestres (carreteres i ferrocarrils) han incrementat els desplaçaments de cap de setmana.

Les activitats turístiques que provoquen desplaçaments de cap de setmana són els esports d'aventura, esquí, golf, turisme cultural, turisme rural o espectacles esportius. Sovint, les activitats esportives i d'oci estan fortament relacionades amb promocions urbanístiques: al costat de moltes estacions d'esquí i camps de golf s'hi construeixen urbanitzacions residencials que completen l'oferta d'oci, alhora que suposen una major ocupació del territori.

Pel que fa a destinacions vocacionals, la majoria dels espanyols viatgen dins de la pròpia comunitat i en les àrees limítrofes. El turisme cap a l'exterior va cap a França, Portugal, Itàlia i el Regne Unit.

7.4. L'impacte social i econòmic del turisme.

En l'Espanya de la dècada del 1960, el turisme va contribuir notablement a la transformació social, atès que va comportar l'arribada de modes noves, costums diferents i formes de vida que eren pròpies de les societats democràtiques i avançades europees. Encara avui el turisme és considerat un factor notable de transmissió de valors, idees i productes.

L'aportació que durant les dècades del 1950 i 1960 va tenir el sector turístic per a l'economia espanyola va resultar fonamental, perquè l'entrada de divises va contribuir a l'arrencada de l'economia. Aquesta contribució continua sent molt important avui per la seva alta participació en el PIB. Aquest sector és el que més creix en l'economia espanyola i el que genera més ocupació.

Malgrat això, continua sent predominant el model de vacances massives i barates a causa, en gran part, de l'acció dels tour operadors, que forcen uns preus molt baixos però que són els únics agents capaços de reclutar masses de turistes al seu lloc d'origen.

El treball en el sector turístic sol tenir una durada estacional i moltes de les ocupacions es consideren banals, i això afavoreix que els salaris dels cambrers, els ajudants de cuina, el personal de neteja i de manteniment... siguin molt baixos. Són feines que ocupen un percentatge molt alt de dones i població immigrant.

7.5. El turisme i el seu impacte sobre el paisatge.

A les zones de la costa hi ha una urbanització abusiva del litoral amb la construcció d'edificacions sovint desordenades. D'una banda, la construcció de camps de golf planteja problemes de subministrament d'aigua, sobretot a l'estiu, quan el nivell dels aqüífers és més baix. Aquesta manca d'aigua, que en molts casos s'ha resolt amb la perforació de pous, ha provocat una salinització dels aqüífers. També sorgeixen problemes d'eliminació de residus i de contaminació de les aigües marines.

D'altra banda, la construcció de ports esportius, amb dics que s'endinsen al mar, altera la direcció dels corrents marins, que deixen d'aportar sorra a les platges.

A les zones de muntanya, l'impacte ambiental més gran ha estat a causa de les estacions d'esquí, que ocupen zones abans destinades a bosc i pastura. Aquesta transformació provoca alteracions en la fauna i en la vegetació i afavoreix l'erosió del sòl, perquè queda desproveït de cobertura vegetal.

7.6. Noves polítiques per al desenvolupament del turisme.

El sector turístic espanyol comença a registrar alguns canvis a conseqüència de certes transformacions i tendències: descens de la despesa mitjana per turista, estades de menys durada, irrupció de les companyies aèries de low cost, contractació de viatges per Internet, sorgiment de noves destinacions turístiques competidores...

Ahora, la crisi econòmica recent ha afectat notablement el sector, perquè les activitats d'oci són molt sensibles a la inestabilitat econòmica i a l'augment de l'atur. Tot això obliga a plantejar polítiques turístiques orientades a replantejar els tres tipus principals de turisme a Espanya:

- **Turisme de sol i platja:** es proposa un pla per millorar-ne la qualitat mitjançant la limitació de la construcció, la modernització hotelera i el foment de la qualitat ambiental. Ahora, s'opta per la diversificació de les ofertes d'oci a llocs d'estiueig en un moment en què el turisme es mostra més actiu i participatiu.
- **Turisme cultural i de ciutat:** Espanya és el segon país del món amb un nombre més gran de conjunts històrics de valor artístics declarats patrimoni de la humanitat per la UNESCO. També destaca l'oferta espanyola de museus i col·leccions d'art, que atreuen un turisme més selecte, menys estacional i que arriba a qualsevol indret de la geografia espanyola.
- **Turisme esportiu:** Espanya ocupa el primer lloc en oferta esportiva de golf i disposa d'infraestructures nàutiques que promocionen el turisme de iot i de vela. Les estacions d'esquí atreuen un gran nombre de turistes nacionals. Certs esdeveniments esportius, a més d'atreure molt públic directe, suposen una gran promoció atesa per la projecció mediàtica que comporten.

8. Els serveis a la societat del benestar.

Els països desenvolupats garanteixen una sèrie de serveis que són considerats de dret per a tota la ciutadania: l'administració pública, la sanitat, l'educació, la seguretat pública, l'atenció a la tercera edat.

L'estat, ja sigui directament o a través d'empreses privades, estableix aquests serveis per proporcionar a la població un cert grau de benestar.

8.1. L'administració pública.

El model d'organització vigent a Espanya ha vertebrat l'administració pública en tres nivells: administració general de l'Estat, administració autonòmica i administració local. Aquesta descentralització té la seva traducció en el conjunt de funcionaris públics que pertanyen a les comunitats autònomes, més del 50% del total. Al voltant del 5% de les persones residents a Espanya són empleats públics. S'ha de destacar que els anys recents de crisi i de retallades han limitat l'augment en el nombre de funcionaris i de serveis públics, i han afavorit també un procés creixent de privatització d'alguns serveis.

8.2. L'educació.

En les últimes dècades, l'educació a Espanya ha realitzat molts progressos en aspectes diversos, com ara aquests:

- **L'educació obligatòria fins els 16 anys.** Garanteix una major igualtat d'oportunitat per a tots els ciutadans i atén les exigències creixents del món laboral i de les noves tecnologies.
- **L'educació post obligatòria.** Són ja tres les dècades en què el nombre d'estudiants i de centres educatius ha crescut també notablement en els nivells de batxillerat, de formació professional i d'estudis universitaris.
- **La despesa pública en educació:** malgrat que els darrers anys s'ha incrementat, encara continua per sota de la mitjana de molts països de la UE, i és molt inferior a la inversió que hi fan alguns d'aquests països, que obtenen més bons resultats en les avaluacions dels nivells educatius.

8.3. La sanitat.

D'acord amb la Constitució espanyol, tots els ciutadans tenen dret a rebre atenció mèdica pública. La universalització dels serveis sanitaris constitueix un gran progrés social, igual com la generalització de l'educació, però representa una despesa pública important, sempre en augment, a causa de les millores constants, de la diversificació de les prestacions i del nivell dels serveis.

Les comunitats autònomes, responsables de la sanitat, han de fer cara al problema de finançament de la demanda creixent d'aquest servei amb la creació consegüent de llocs de treball, ambulatoris i hospitals.

A Espanya, la sanitat pública és de molta qualitat; a més, el país és pioner en transplantament d'òrgans. Malgrat tot, la manca de personal mèdic genera llargues esperes per a certes visites mèdiques i per a algunes intervencions quirúrgiques, cosa que provoca malestar entre els usuaris i afavoreix l'auge del sector sanitari privat. Aquesta situació s'ha agreujat arran la crisi econòmica, en que la sanitat també va patir retallades.

8.4. Altres activitats del sector terciari.

- **Les activitats financeres,** que són les relacionades amb la banca i amb les finances. Els darrers anys, el sistema financer espanyol ha hagut de fer cara a reptes importants de resultes del procés de liberalització, del desenvolupament de la informàtica i de l'augment de la competència.
- **Els serveis assistencials,** que serveixen per cobrir les necessitats específiques de les persones grans, dels infants i de les persones amb diversitat funcional... també han

crescut de manera espectacular. Aquest fet és un exponent d'una societat pròspera i desenvolupada.

9. Els mitjans de comunicació i les tecnologies de la informació.

Els mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió, internet) fan possible que les notícies flueixin i que la població estigui informada. A més, exerceixen una gran influència social en la conducta dels ciutadans i influeixen sobre els valors socials i obren les preferències de consum,

9.1. Els mitjans de comunicació.

Els mitjans de comunicació afecten un gran nombre de persones i necessiten mitjans tècnics molt sofisticats, una xarxa de periodistes per cobrir espais i programes, un gran nombre de lectors, espectadors, així com els ingressos econòmics que representa la publicitat.

Són grans empreses les que solen mantenir un diari o una cadena de televisió, i això fa que molts mitjans de comunicació de masses estiguin dominats per interessos particulars o partidistes, o bé siguin empreses estatals. També existeixen una premsa i unes emissores lliures o independents, al marge d'aquests poder, però solen ser minoritàries.

En general, el gran públic no és conscient del poder que tenen a les seves mans els qui dominen la informació. En general, hi ha diaris i programes amb unes exigències de veracitat i ètiques més exigents que d'altres. N'hi ha que són sensacionalistes i persegueixen la imatge o la notícia més sorprenent o més escandalosa, i, per tal de captar lectors, oïdors o espectadors, ofereixen programes banals. També hi ha mitjans que analitzen els temes a fons, fan una crítica ponderada, ofereixen espais i programes de qualitat. Per això, és molt important saber seleccionar la informació que rebem.

A Espanya, l'oferta televisiva està formada per la televisió pública, en obert (propietat de l'Estat i de les Comunitats Autònomes) i per la televisió privada (en obert o de pagament). El senyal pot arribar a l'audiència per cable, via satèl·lit, via digital terrestre o per internet.

9.2. La xarxa Internet.

Internet ha transformat radicalment els mitjans de comunicació i els seus continguts; és un conjunt descentralitzat de xarxes de comunicació interconnectades. Els seus orígens es remunten al 1969, quan es va establir la primera connexió entre ordinadors, anomenada Arpanet, entre tres universitats de Califòrnia.

Un dels serveis que utilitzen Internet com a mitjà de transmissió i que ha tingut més èxit ha estat la World Wide Web (WWW o web).

Hi ha molts altres serveis i protocols a Internet, a més de la web: l'enviament de correu electrònic, la transmissió d'arxius, les converses en línia, la missatgeria instantània, la transmissió de continguts i de comunicació multimèdia (com ara la telefonia o la televisió), l'accés remot a altres dispositius, els jocs en línia...

Això implica que, a més del sorgiment de nous mitjans i tecnologies noves (telèfons de nova generació, miniordinadors portàtils...), els mitjans tradicionals s'adaptin a aquestes circumstàncies. Així, la televisió, els diaris i el telèfon poden connectar-se a Internet i projecten mundialment el seu abast i la seva dimensió.

L'ús d'Internet a Espanya ha augmentat en temps de connexió. Actualment Espanya és el país europeu amb més xarxa de fibra òptica.

9.3. La comunicació i la publicitat.

La publicitat és una activitat de serveis que ha conegut un gran desenvolupament. A causa de la prosperitat econòmica i de la gran diversificació de productes, les empreses tenen la necessitat de fer-ne conèixer el seu i de fer-ho de tal manera que resulti imprescindible o desitjable per al consumidor potencial.

Les agències de mitjans són la peça clau entre els anunciants i els mitjans de comunicació. Aquestes empreses estan al servei dels anunciants: fan un estudi de mercat, consideren l'estratègia a seguir, decideixen el mitjà de comunicació idoni per promocionar el producte, produeixen l'anunci i fan el seguiment de l'impacte publicitari al mercat.