

Unidad 4

El sector terciario

1. ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA UNIDAD

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. El sector terciario. Definición y clasificación <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Definición de sector terciario 1.2. Clasificación de las actividades del sector terciario 2. Los transportes y el comercio <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Los transportes 2.2. El comercio 3. El turismo y los medios de comunicación <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Definición de turismo 3.2. Desarrollo y evolución del turismo | <ul style="list-style-type: none"> 3.3. Consecuencias del turismo 3.4. Medios de comunicación ▶ Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! ▶ Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía ▶ Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual ▶ Actividades finales ▶ La unidad en 10 preguntas |
|---|---|

2. CONCRECIÓN CURRICULAR

Justificación de la unidad

El estudio de la unidad didáctica es fundamental para conocer las características generales del sector económico terciario, incluyendo los principales subsectores como son los transportes, el comercio y los medios de comunicación. Su estudio es importante ya que es el sector que emplea a mayor cantidad de población activa en los países desarrollados y que genera un mayor PIB. Asimismo, esta unidad es importante para completar los conocimientos adquiridos de economía y los referidos a los sectores económicos.

Objetivos	Contenido curricular
3. Conocer y analizar las vías por las que la sociedad humana transforma el medio ambiente, y a su vez, cómo el territorio influye en la organización e identidad de dicha sociedad, reflexionando sobre los peligros que la intervención del hombre en el medio genera, haciendo especial hincapié en el caso de Andalucía. 4. Comprender la diversidad geográfica y geoeconómica del mundo, España, Europa y Andalucía por medio del análisis, identificación y localización de sus recursos básicos, así como de las características más destacadas de su entorno físico y humano. 12. Argumentar sobre la importancia del espíritu emprendedor y de las capacidades asociadas a este, conociendo cómo han contribuido al desarrollo humano, económico y político de las formaciones sociales a lo largo de la historia y en el momento presente. 14. Conocer y manejar el vocabulario y las técnicas de investigación y análisis específicas de las ciencias sociales para el desarrollo de las capacidades de resolución de problemas y comprensión de las problemáticas más relevantes de la sociedad actual, prestando especial atención a las causas de los conflictos bélicos, las manifestaciones de desigualdad social, la discriminación de la mujer, el deterioro medioambiental y cualquier forma de intolerancia. 15. Realizar estudios de caso y trabajos de investigación, de manera individual o en grupo, sobre problemáticas destacadas del mundo actual, de la evolución histórica de las formaciones sociales humanas y de las características y retos más relevantes del medio natural tanto andaluz como del resto del mundo, por medio de la recopilación de información de diversa naturaleza, verbal, gráfica, icónica, estadística, cartográfica procedente de pluralidad de fuentes, que luego ha de ser organizada, editada y presentada por medio del concurso de las tecnologías de la información y de la comunicación y siguiendo las normas básicas de trabajo e investigación de las ciencias sociales.	Bloque 2: El espacio humano 2.3. Sistemas y sectores económicos. Espacios geográficos según actividad económica. Los tres sectores. 2.7. Espacios geográficos según actividad económica. 2.9. Los tres sectores. Impacto medioambiental y aprovechamiento de recursos.

Obj.	Cont.	Criterios de evaluación	Estándares de aprendizaje evaluables	Competencias clave	Evidencias: actividades y tareas	Instrumentos de evaluación
Bloque 2. El espacio humano						
3, 4, 12, 14, 15	2.3. 2.7. 2.9.	2.11. Conocer las características de diversos tipos de sistemas económicos (CSC, CCL, SIEP). Ponderación ———%	11.1. Diferencia aspectos concretos y su interrelación dentro de un sistema económico.	CSC	Cuestiones iniciales. Actividades internas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 B, 12, 13, 14, 19, 20, 21, 23, 29. Actividades finales 5, 9, 10. La unidad en 10 preguntas: 1, 3, 6, 9, 10.	CUA, PRE, PORT, PRAC
				CCL	Cuestiones iniciales. Actividades internas 1, 2, 3, 9, 11 B, 12, 13, 19, 24, 25. Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía. Actividades finales 1, 9, 10.	
				SIEP	Actividades internas 11 A, 15, 21, 22, 26, 27, 28. Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía. Actividad final 8.	
3, 4, 12, 14, 15	2.3. 2.7. 2.9.	2.15. Analizar el impacto de los medios de transporte en su entorno (CSC, CMCT, CCL). Ponderación ———%	15.1. Traza sobre un mapamundi el itinerario que sigue un producto agrario y otro ganadero desde su recolección hasta su consumo en zonas lejanas y extrae conclusiones.	CSC	Actividades internas 10, 16. Actividades finales 6, 7, 8. La unidad en 10 preguntas: 4, 5.	CUA, PRE
				CMCT	Actividad interna 11.	
				CCL	Actividades internas 10, 16. Actividad final 7.	
3, 4, 12, 14, 15	2.3. 2.7. 2.9.	2.16. Analizar los datos del peso del sector terciario de un país frente a los del sector primario y secundario. Extraer conclusiones, incidiendo en la importancia del sector terciario para la economía andaluza (CSC, CCL, CAA, SIEP). Ponderación ———%	16.1. Compara la población activa de cada sector en diversos países y analiza el grado de desarrollo que muestran estos datos.	CSC	Actividad interna 5. La unidad en 10 preguntas: 2, 3, 7.	CUA, PRE
				CCL	Actividad interna 5.	
				CAA	Actividad interna 5.	
				SIEP	Actividad interna 5.	

Obj.	Cont.	Criterios de evaluación	Estándares de aprendizaje evaluables	Competencias clave	Evidencias: actividades y tareas	Instrumentos de evaluación
3, 4, 12, 14, 15	2.3. 2.7. 2.9.	2.19. Analizar textos que reflejen un nivel de consumo contrastado en diferentes países y sacar conclusiones (CSC, CCL, CAA, SIEP). Ponderación _____%	19.1. Compara las características del consumo interior de países como Brasil y Francia.	CSC	Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! Actividad final 2.	EOBS-RÚB, PRÁC, PORT, PRE, CUA
				CCL	Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! Actividad final 2.	
				CAA	Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! Actividad final 2.	
				SIEP	Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! Actividad final 2.	
3, 4, 12, 14, 15	2.3. 2.7. 2.9.	2.20. Analizar gráficos de barras por países donde se represente el comercio desigual y la deuda externa entre países en desarrollo y los desarrollados (CSC, CMCT, CAA, SIEP). Ponderación _____%	20.1. Crea mapas conceptuales (usando recursos impresos y digitales) para explicar el funcionamiento del comercio y señala los organismos que agrupan las zonas comerciales.	CSC	Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual. Actividad final 3. La unidad en 10 preguntas: 8.	CUA, PRÁC, PORT, PRE
				CMCT	Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual. Actividades finales 3, 4.	
				CAA	Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual. Actividades finales 3, 4.	
				SIEP	Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual. Actividades internas 15, 17. Actividad final 4.	
Transversalidad						
Comprensión lectora a través de textos relacionados con la geografía. Expresión oral y escrita a partir de actividades que fomentan la exposición oral en clase y la redacción de textos breves. Utilización de tecnologías de la información y la comunicación con actividades en las que el alumnado tendrá que utilizar recursos digitales (consultas en Internet, preparación de presentaciones multimedia), como en la sección «Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía», así como una concienciación de la necesidad de usarlas, con el recurso «Nuevas profesiones relacionadas con las TIC». Espíritu emprendedor mediante la sección final «Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!» y «Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía», en la que el alumnado tendrá que afrontar un reto o desafío que solucionará por sí mismo. Autonomía y sentido crítico con la sección final «Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!». Conocimiento de la realidad geográfica andaluza en la sección final «Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía».						

Escenarios y contextos

En esta unidad abordaremos el estudio del sector terciario a nivel mundial y con ejemplos propios de España para acercar al alumnado los procesos y conceptos de este tema. Se entenderá la terciarización como un proceso propio de los países desarrollados, abordándose los cambios producidos en el sistema económico mundial desde finales del siglo XVIII hasta nuestros días.

Materiales y recursos

Materiales	Espaciales	Digitales y tecnológicos
• Libro de texto. • Propuesta didáctica. • Otros libros: ▶ ZÁRATE MARTÍN, Manuel Antonio (2005): <i>Geografía humana: Sociedad, economía y territorio</i>, Madrid, Ed. Universitaria Ramón Areces. ▶ GEORGE, Pierre (1980): <i>Geografía económica</i>, Barcelona, Ariel. ▶ MÉNDEZ, Ricardo y MOLINERO, Fernando (2000): <i>Espacios y sociedades</i>, Barcelona, Ariel.	Esta unidad se presta al análisis del sector terciario de la localidad en la que reside el alumnado. Entre las opciones cabría plantear visitas a mercados de abastos, calles comerciales en las que conviva el comercio tradicional con franquicias, grandes superficies comerciales, etc. De tratarse de una localidad turística, podría visitarse las áreas responsables de dicha actividad, así como los diferentes establecimientos e infraestructuras al servicio del turismo.	• Libro de texto digital. • Parque digital de Algaida. • Sobre los pasos para montar una empresa o crear un negocio: ▶ https://aulacm.com/crear-empresa-negocio/ • 500 ideas de posibles negocios organizadas por categorías: ▶ https://crearmiempresa.es/ideas-de-negocio • Sobre estrategias de marketing: ▶ https://www.cyberclick.es/numerical-blog/ejemplosde-estrategias-de-marketing • Sobre el concepto y las características de una Sociedad Limitada: ▶ https://www.muypymes.com/2018/02/22/la-sociedadlimitada-tienes-saber-cuales-ventajas • 11 formas de financiar un negocio: ▶ https://www.bbva.com/es/11-formas-de-financiarun-proyecto/ • Sobre los gastos que generan los negocios en sus inicios: ▶ https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a60188/principales-gastos-negocio/

Temporalización

Sesiones	Contenidos trabajados
1.ª sesión	Presentación de la unidad didáctica y cuestiones iniciales. Epígrafe 1. El sector terciario. Definición y clasificación. Actividades (1 a 8).
2.ª sesión	Epígrafe 2. Los transportes y el comercio. Subepígrafe 2.1. Los transportes. Actividades (9 a 11 A).
3.ª sesión	Epígrafe 2. Los transportes y el comercio. Subepígrafe 2.2. El comercio. Actividades (11 B a 17).
4.ª sesión	Epígrafe 3. El turismo y los medios de comunicación. Subepígrafes 3.1. Definición de turismo, 3.2. Desarrollo y evolución del turismo y 3.3. Consecuencias del turismo. Actividades (18 a 23).
5.ª sesión	Epígrafe 3. El turismo y los medios de comunicación. Subepígrafe 3.4. Medios de comunicación. Actividades (24 a 29).
6.ª sesión	Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!
7.ª sesión	Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía.
8.ª sesión	Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual.
9.ª sesión	Actividades finales y lectura de La unidad en 10 preguntas.
10.ª sesión	Prueba de evaluación.

3. METODOLOGÍA: ORIENTACIONES, ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y CLAVES DIDÁCTICAS

Presentación

Al comienzo de la unidad, el profesorado deberá despertar la curiosidad del alumnado utilizando los recursos que aparecen en la doble página inicial: un evento multitudinario de videojuegos. Con las cuestiones iniciales y el mapa conceptual sobre el sector terciario (que aconsejamos proyectar en una pantalla), el docente podrá detectar las ideas previas que el alumnado tenga sobre el sector terciario, desde una perspectiva que se acerque a su vida cotidiana, como se plantea en la primera pregunta. Para concluir, varios alumnos y alumnas leerán el texto introductorio, pidiendo que traten de explicar el significado de lo leído. Es posible que las explicaciones no sean completamente correctas, por lo que el docente deberá matizar o puntualizar aquellos aspectos que no resulten claros.

La variedad de actividades del sector terciario es tan compleja que incluye actividades de ocio como los videojuegos.

Componente de videojuegos.

Unidad 4

El sector terciario

- 1 El sector terciario. Definición y clasificación
- 2 Los transportes y el comercio
- 3 El turismo y los medios de comunicación
- Taller de geografía. Elaborar un mapa conceptual

Cuestiones

- 1 ¿Podrías citar el nombre de tres actividades del sector servicios que estén presentes en tu vida cotidiana?
- 2 Si la educación es un servicio, ¿qué tipo de función presta? ¿Cómo crees que se financia?
- 3 ¿Qué diferencia planteas que existe entre un servicio público y uno privado? Pon dos ejemplos de servicios que puedan ser públicos y privados.
- 4 ¿Cómo han influido los recientes cambios en la tecnología de la información y comunicación (telefonía móvil, redes sociales, Internet) en tu forma de relacionarte con los demás?

El sector más importante de la economía

El sector económico más importante es el terciario, tanto en relación con la cantidad de mano de obra empleada, como en su aportación al PIB, sobre todo en las economías más desarrolladas. Pero ¿qué actividades pertenecen al sector terciario?

En teoría es fácil responder a esa cuestión: todas aquellas que no pertenecen al sector primario ni al sector secundario. Eso incluye a una gran cantidad de actividades económicas, desde una empresa de limpieza a domicilio a una empresa financiera, pasando por empresas dedicadas a diseñar videojuegos.

Para definirlo podemos decir que en sus actividades no se produce ni la extracción ni la transformación de recursos de la naturaleza, sino que se presta un servicio para satisfacer una necesidad o un deseo humano concreto.

Además, los servicios no pueden clasificarse, medirse o tocarse, pero sí valorarse en función del grado en el que se satisfagan las necesidades del grupo humano que los demanda.

El sector terciario supone la última etapa de la evolución económica de las sociedades humanas, cada vez más complejas y heterogéneas. En esta evolución han jugado un papel muy importante las transformaciones sociales y tecnológicas, con especial incidencia en nuestra forma de vivir y de relacionarnos.

Epígrafe 1. El sector terciario. Definición y clasificación

En este epígrafe, alternando el método expositivo con el participativo, y tras leer el texto, el alumnado estudiará de forma general el sector terciario, empezando por una definición del mismo y una clasificación de las diferentes actividades que lo componen.

1. EL SECTOR TERCIARIO. DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN

1.1. Definición de sector terciario

El sector terciario incluye aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales, pero que prestan servicios que satisfacen los deseos y las necesidades de las personas y las empresas.

En la actualidad, el sector servicios es el predominante en las economías de los países desarrollados, tanto en su aportación al PIB como en el porcentaje de empleo que ocupa (entre un 60% y un 80%). Estas economías se caracterizan por estar muy diversificadas, lo que implica que el diseño, la producción y la comercialización de los productos son complejos y requieren de diversas tareas y servicios. Además, la población tiene acceso a numerosos servicios, ya sean públicos (estatales) como la sanidad y la educación, o privados, como las actividades turísticas y de ocio, porque el nivel de renta es elevado. Por ello, hablamos del fenómeno de la terciarización de la economía.

En las economías de muchos países en vías de desarrollo, el sector terciario también está experimentando un fuerte crecimiento, pero la importancia de los servicios en la economía sigue siendo insuficiente y la población apenas tiene acceso a los servicios básicos (sobre todo en los países menos desarrollados). Además, la mayoría de los servicios están poco cualificados y poseen un bajo nivel tecnológico.

1.2. Clasificación de las actividades del sector terciario

El sector terciario incluye una enorme variedad de actividades, que se pueden diferenciar según ciertos criterios:

- Según quién presta los servicios encontramos:
 - Servicios privados o de mercado: los ofrecen personas particulares o empresas que buscan conseguir un beneficio económico. Estos servicios se ofrecen a las personas o a otras empresas, como por ejemplo, una empresa publicitaria que diseña la campaña de publicidad de un automóvil.
 - Servicios públicos: los ofrecen el Estado y las administraciones públicas y no les reporta beneficios económicos, ya que se financian con el dinero de los impuestos y los pagos que se realizan por algunos de estos servicios. Su finalidad es proveer de servicios básicos a la sociedad, como la sanidad, la educación, la seguridad y la defensa.
 - Según la función que realizan pueden ser servicios de comercio, de transporte, de turismo, de comunicaciones, de administración, de sanidad, de educación, de seguridad y defensa, servicios personales y servicios a las empresas.
 - Según la cualificación del personal que los presta y los medios tecnológicos utilizados podemos diferenciar entre servicios avanzados y servicios tradicionales.

Servicios avanzados y tradicionales

a) Los servicios avanzados:

Son aquellos que emplean a personal con un alto grado de formación y conocimientos, así como medios avanzados y complejos, siendo, por lo general, las actividades que proporcionan mayores ingresos económicos, por lo que se concentran en los países más desarrollados económicamente. Como ejemplos podemos destacar la investigación científica en medicina o robótica, las finanzas y la banca o la producción, tratamiento y difusión de la información (publicidad, telecomunicaciones). Tal es el grado de desarrollo de estas actividades que están comenzando a ser consideradas como propias de un nuevo sector económico: el conocido como sector terciario.

b) Los servicios tradicionales:

No requieren para su desarrollo de un alto grado de formación ni de medios técnicos muy avanzados. Su escaso desarrollo técnico y profesional y su reducida importancia económica llevan a que también se les denomine como sector marginal. Como ejemplo destacamos el comercio ambulante, el servicio doméstico o ciertas actividades relacionadas con la hostelería (camareros por temporadas ocasionales), la atención al cliente (telespectores) o la limpieza (barrenderos, basureros, limpiadores). Si bien estas actividades están presentes en los países desarrollados, representan a la mayor parte de las actividades terciarias de los países poco desarrollados.

Importancia económica del sector terciario por países

La contribución del sector terciario al PIB nacional es un claro indicador del grado de desarrollo económico de un país, siendo enorme en los países desarrollados debido a que su economía se encuentra completamente terciarizada, y muy reducida en los países en desarrollo y subdesarrollados debido al excesivo peso de las actividades propias de los sectores primario y secundario. En el mapa, las mayores aportaciones del sector terciario al PIB nacional se observan en países de América (Estados Unidos) y Europa (Francia, Reino Unido), si se los principales centros económicos del mundo; por el contrario, en el continente africano abundan los países con un escaso desarrollo del sector terciario, debido al predominio de las actividades extractivas.

Actividades

1. ¿Cuál es la principal característica de las actividades del sector terciario?
2. Explica las diferencias entre servicios públicos y servicios de mercado, y entre servicios avanzados y tradicionales.
3. ¿Por qué predominan las actividades del sector terciario en los países desarrollados?
4. Clasifica en tu cuaderno estos servicios en avanzados o tradicionales, y explica por qué:
 - Empresa de diseño de publicidad.
 - Empleado del hogar.
 - Empresa de atención telefónica.
 - Repartidor de comida a domicilio.
 - Empresa de servicios financieros.
5. Consulta el mapa del anexo cartográfico y señala el nombre de los países que presentan un mayor grado de desarrollo de las actividades terciarias (más del 70%). Luego busca en Internet las características económicas de esos mismos países.
6. ¿Qué servicios públicos presta el ayuntamiento de tu municipio? ¿Y la comunidad autónoma? ¿Y el Estado?
7. Haz una lista de servicios de mercado que tu familia y tú utilicéis en vuestra vida cotidiana.
8. Clasifica en tu cuaderno los siguientes servicios según quién los presta y su función:
 - Supermercado.
 - Policía municipal.
 - Instituto público de Educación Secundaria.
 - Ferreteria.
 - Compañía telefónica.
 - Empresa de transporte por carretera.
 - Tienda de ropa.
 - Empresa de diseño de publicidad.
 - Empresa de limpieza a domicilio.
 - Hospital de tu población.

124 El sector terciario

algaida editores S.A.

Subepígrafe 1.1. Definición de sector terciario

Para abordar este contenido, el docente explicará el concepto de sector terciario y cómo es sinónimo de sector servicios. Es importante resaltar la intangibilidad de los servicios, abundando en los ejemplos y recalando que, aunque las tareas del sector terciario incluyen elementos materiales, sin embargo, no los producen. También es importante resaltar la diferenciación entre los servicios disponibles en los países desarrollados y los de los países en vías de desarrollo, recurriendo a la propia experiencia de los alumnos y alumnas en el uso de servicios básicos por contraposición a los que un niño o niña de su misma edad puede acceder en uno de los países en vías de desarrollo. El mapa «Importancia económica del sector terciario por países» puede servir de ejemplo aclaratorio para ello.

Subepígrafe 1.2. Clasificación de las actividades del sector terciario

Para tratar este apartado, se recomienda la elaboración de un esquema en la pizarra con la colaboración del alumnado, donde se muestre la multiplicidad de servicios que existen y las diferentes clasificaciones. Ha de recalarse que estas clasificaciones no son excluyentes, es decir, que un servicio se puede clasificar de acuerdo a diferentes categorías. Para visualizar la polarización en la generación de actividades del sector servicios, se presenta un mapa sobre la producción mundial en el sector terciario. Además, se añade un recurso para ampliar la información sobre la clasificación de los servicios en avanzados o tradicionales. Mediante este recurso el docente puede contraponer la poca cualificación que requieren los servicios tradicionales frente a la mayor cualificación que requieren los avanzados, hasta tal punto que algunos economistas hablan de la existencia de un sector cuaternario.

Las actividades asociadas a este epígrafe están diseñadas para repasar y consolidar los conceptos trabajados y para ponerlos en práctica.

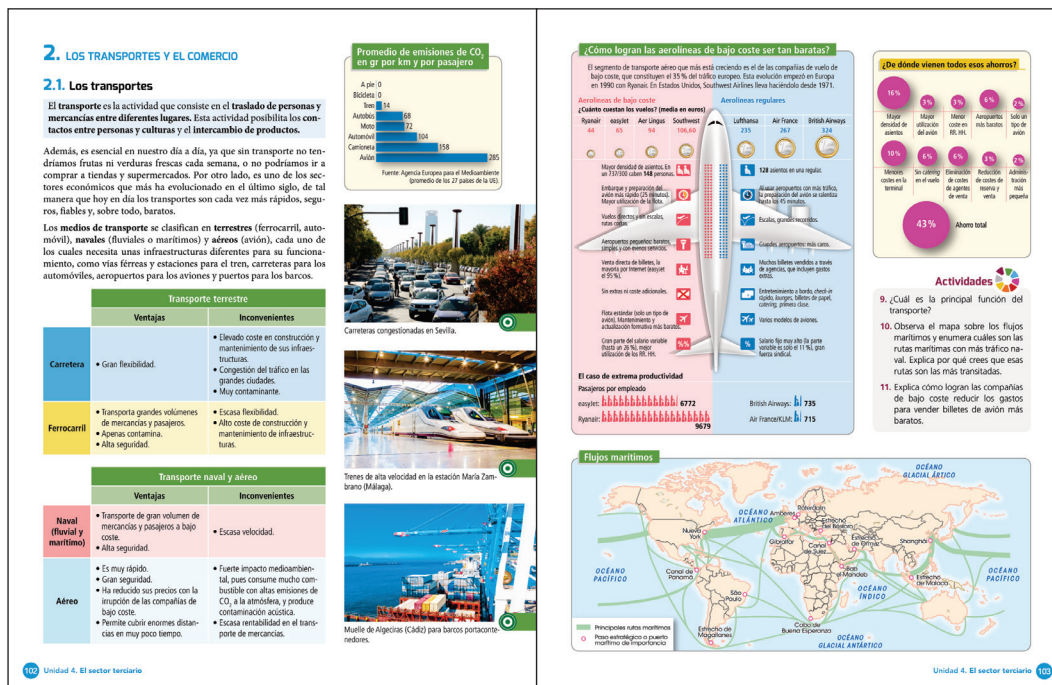
Epígrafe 2. Los transportes y el comercio

En este epígrafe, alternando el método expositivo con el participativo, y tras leer el texto, el alumnado estudiará las características de los transportes y del comercio, actividades fundamentales del sector terciario.

Subepígrafe 2.1. Los transportes

Para tratar este apartado, se recomienda la elaboración de un esquema en la pizarra con la participación del alumnado, a la par que se van viendo los distintos tipos de transporte y sus características. Debido a la visibilidad de los medios de transporte, el trabajo del alumnado puede ser muy autónomo. El docente deberá clarificar algunos conceptos, como los de «flexibilidad», «inflexibilidad», referidos a los medios de transporte, o el de «infraestructura» (para lo cual se cuenta con el recurso del vocabulario). Este subepígrafe también

puede trabajarse de forma comparativa, analizando las ventajas y los inconvenientes que presentan los diferentes medios de transporte. Como recursos gráficos se muestran tres imágenes de los diferentes tipos de transporte, el recurso «¿Cómo logran las aerolíneas de bajo coste ser tan baratas?» y un mapa de flujos marítimos que, además, responde a la necesidad de trabajar uno de los estándares evaluables (15.1.). Estos recursos deben servir para incentivar e ilustrar los aprendizajes que se están trabajando, pero también es conveniente que las propias experiencias del alumnado ilustren los contenidos, ya que, de esta forma, conseguiremos que los aprendizajes sean significativos por la propia cercanía a las vivencias de la clase.



Subepígrafe 2.2. El comercio

Para tratar estos contenidos, la labor del docente debe dejar espacio al trabajo autónomo del alumnado, aunque debe intervenir para ordenar y clarificar ideas en torno a conceptos como la diferencia entre comercio mayorista y minorista (para lo cual, además, se muestran dos fotografías que los ilustran) o el de «balanza de pagos». Asimismo, se incluye un recurso sobre el gasto y el número de usuarios de comercio electrónico en 2018 y otro sobre las características del comercio actual, que deben servir para ampliar lo trabajado desde una perspectiva evolutiva y de cambio. Por último, y para visualizar la polarización del comercio a escala internacional, se presenta el mapa «El comercio mundial», donde es importante incidir en los grandes núcleos del comercio a escala internacional frente a la escasa presencia en otras zonas menos desarrolladas económicamente. Este mapa se puede comparar con el de los flujos marítimos para entender cómo el transporte internacional se realiza principalmente por vía marítima. Por último, las actividades del epígrafe deben servir para consolidar los aprendizajes y comprobar mediante ejemplos reales los contenidos trabajados.

2.2. El comercio

El comercio ha sido una actividad muy importante a lo largo de la historia de la humanidad. No solo ha permitido el enriquecimiento de los pueblos y las relaciones, algunas veces buenas y otras malas, entre ellos, sino que también ha funcionado como mecanismo para impulsar intercambios culturales y científicos.

Fundamentalmente, consiste en el intercambio de productos a cambio de otros productos, servicios o dinero.

Hoy en día el comercio es una actividad que se realiza con mucha más rapidez que hace tan solo unas décadas. Las nuevas tecnologías, como Internet, o los avances tecnológicos en los medios de transporte han facilitado que la distancia entre los distintos pueblos y países sea cada vez menor.

En el sector comercial distinguimos dos tipos de comercio, el interior y el exterior:

- Comercio interior: es aquel que se lleva a cabo dentro de las fronteras de un país y puede ser:
 - Comercio al por mayor o mayorista: es la primera fase de la actividad comercial. Las empresas mayoristas compran las mercancías a los productores, para posteriormente venderlas a los comerciantes minoristas.
 - Comercio al por menor o minorista: los comerciantes minoristas compran a los mayoristas, para luego vender directamente a los consumidores. Son los comercios a los que acude la mayor parte de los ciudadanos, como las pequeñas tiendas de barrio, los supermercados, los hipermercados o los grandes centros comerciales.
- Comercio exterior: en este caso los intercambios comerciales cruzan las fronteras entre países, lo que los mantiene unidos a través de las importaciones y las exportaciones. Las importaciones implican comprar productos y servicios a otros países, mientras que a través de las exportaciones un país vende productos y servicios a otros países. La relación entre importaciones y exportaciones constituye la denominada balanza comercial, que puede ser negativa, cuando se compra más de lo que se vende, o positiva, cuando se vende más de lo que se compra. Cuando la balanza comercial es negativa, se produce déficit; en cambio, cuando es positiva, se produce superávit.



Almacén mayorista.



Pequeños comercios en el centro de Granada.

Las características del comercio actual

Ante de seguir por los principios de la oferta y la demanda, en las últimas décadas el comercio ha ido sufriendo una serie de cambios que podemos englobar en:

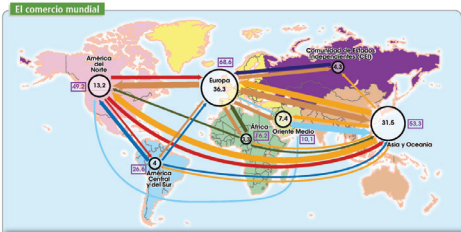
- Una gran concentración espacial en las ciudades debido a sus redes de transporte y comunicaciones.
- El crecimiento protagonizado de las grandes empresas, sobre todo las multinacionales.
- Una mayor dependencia entre todos los países.
- El crecimiento del consumo debido al aumento del nivel de renta en los países desarrollados y en los países en crecimiento.
- Una mayor influencia del marketing, que incluye la publicidad y las campañas de imagen.

Gasto (€) y nº de usuarios (en mill.) de comercio electrónico en 2018

País	Gasto (€)	nº de usuarios (en mill.)
Estados Unidos	1.000	273
Reino Unido	400	53
Alemania	300	45
Francia	250	43
China	1.000	1001
España	100	28
Italia	80	38
Brasil	100	63
México	100	113
Argentina	100	26

El comercio electrónico está muy extendido en la actualidad, aunque solo debemos comprar en páginas web de confianza.

El comercio mundial



Distribución por regiones del comercio internacional

Proporción de comercio exterior (en porcentaje sobre el total mundial)

- De 0 a 1
- De 1 a 2
- De 2 a 3
- De 3 a 4
- De 4 a 5
- De 5 a 6
- De 6 a 7
- De 7 a 8
- De 8 a 9
- De 9 a 10

El comercio internacional ha vivido un incremento muy significativo en las últimas décadas, y es uno de los factores del proceso de globalización. Basta visitar cualquier gran superficie comercial para apreciar cómo consumimos bienes procedentes de cualquier parte del mundo. En el desarrollo del comercio mundial actual son varios los países que lideran la venta de bienes y servicios, donde destaca China como el país con mayor presencia en el mercado internacional. Además, se han creado diversos tipos de organizaciones internacionales con la finalidad de promover el comercio entre los países. Un claro ejemplo sería la Unión Europea (UE), en la que los bienes y servicios circulan libremente.

Actividades

- ¿Cuáles son las características del comercio actual?
- ¿Qué diferencia hay entre el comercio interior y el exterior?
- ¿Qué diferencias existen entre el comercio mayorista y el minorista? Pon un ejemplo de cada uno de ellos.
- ¿Qué es la balanza comercial? ¿Cuándo es deficitaria? ¿Qué significa cuando está en superávit?
- Selecciona diez artículos al azar que tus padres hayan comprado en una tienda o en el supermercado. A continuación, indica en qué países han sido producidos.
- Observa los últimos dos mapas del epígrafe 2 y establece la relación existente entre las rutas marítimas y los flujos del comercio mundial.
- ¿Has realizado alguna compra a través de Internet? En caso afirmativo, señala el proceso que has seguido para ello, indicando las ventajas que crees que puede presentar este tipo de comercio.

La globalización

Las relaciones comerciales a escala mundial han provocado una situación de conexión e interdependencia económica y cultural entre todos los países del mundo, favoreciendo la rápida difusión e intercambio de productos de todo tipo y naturaleza, proceso que se conoce como globalización. Este fenómeno tiene aspectos tanto positivos como negativos: por un lado, favorece la difusión de los avances tecnológicos, de avances políticos democráticos, de la producción cultural y de los valores de la economía de mercado; por otro lado, se difunde un modelo de sociedad consumista y materialista, se debilita el poder de los Estados, se profundiza en las situaciones de atroz de los países más pobres y se imponen los valores culturales de los países hegemónicos desde un punto de vista económico y político a nivel mundial.

Epígrafe 3. El turismo y los medios de comunicación

En este epígrafe, alternando el método expositivo con el participativo, y tras leer el texto, el alumnado estudiará en qué consiste el turismo, su desarrollo, evolución y consecuencias, así como las características más significativas de los medios de comunicación.

Subepígrafe 3.1. Definición de turismo

Previamente a la definición del turismo, el profesorado debería evaluar qué entiende el alumnado de ese término. A continuación, se leerá el texto y se hará hincapié en los elementos clave: la temporalidad del desplazamiento, la vuelta al lugar de origen y la motivación.

Subepígrafe 3.2. Desarrollo y evolución del turismo

En este apartado, se describen los cambios sufridos en la actividad económica del turismo a lo largo del siglo xx. Al ser un epígrafe descriptivo, la labor del docente debe ser la de presentar ejemplos, a ser posible, visuales, proyectados mediante el cañón o en la pizarra digital. Además, se presenta el recurso «Tipos de turismo» para completar el epígrafe. Se sugiere hacerlo también con ejemplos que los propios alumnos expongan, extraídos de sus propias experiencias personales (a partir de estas experiencias, se puede desarrollar el siguiente subepígrafe).

Subepígrafe 3.3. Consecuencias del turismo

A partir de las experiencias mencionadas, se puede preguntar al alumnado por las consecuencias de determinados tipos de turismo, realizar un esquema en la pizarra y compararlo con los contenidos expuestos en el libro de texto. Igualmente, se debe contar con apoyos visuales; en este caso, las fotografías del Alcázar de Sevilla, Bangkok y otros proyectados en la pizarra digital.

Para cuantificar y localizar este fenómeno a escala global, se sugiere el recurso «Flujos turísticos mundiales», que puede confrontarse con el recurso del turismo mundial en cifras: «Los países más visitados del mundo en 2018». Asimismo, y para entender la evolución actual del turismo, se presenta el recurso «Tendencias del turismo para los próximos años», relacionado con el uso de aplicaciones de asistencia virtual.

3. EL TURISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. Definición de turismo

Se entiende por **turismo** todo desplazamiento que realiza una persona desde un lugar de origen a otro de destino, por un período mínimo o superior a un día, ya sea por motivos laborales (negocios) o de ocio (visitas culturales, sociales, por descanso, etc.).

Es precisamente la **finalidad del desplazamiento** lo que permite **diferenciar al turismo** de otros tipos de movimientos en el espacio, como los **movimientos migratorios**, pues en este caso las personas se ven obligadas a marcharse de su lugar de residencia a otro de destino por motivos económicos o por mera supervivencia (por ejemplo, los refugiados de un conflicto bélico).

3.2. Desarrollo y evolución del turismo

Aunque se puede hablar de la existencia de turistas desde hace siglos, ha sido en los últimos cincuenta años cuando este fenómeno ha alcanzado un **desarrollo sin precedentes**. Anteriormente el turismo se limitaba a las clases aristocráticas y adineradas de la sociedad. Pero a partir de los años cincuenta del siglo XX, en los países desarrollados se produjo un auténtico auge turístico. El crecimiento económico permitió la consolidación de las **clases medias**, y desde entonces, el turismo se ha convertido en un fenómeno de masas que no ha cesado de crecer. A lo largo del siglo XX se pueden distinguir tres etapas en la **evolución del turismo**:

- Entre 1950 y 1960, la mayor parte de los turistas procedía de los países de Europa Occidental y Septentrional, y buscaba la costa del Mediterráneo y las estaciones de esquí, gracias en parte a la popularización del automóvil.
- En la década de 1970, el abaratamiento del transporte aéreo generalizó el turismo a escala mundial.
- Desde la década de 1980 hasta la actualidad, el turismo ha experimentado un crecimiento espectacular en volumen de desplazamientos y en destinos. Pero la principal característica ha sido su **diversificación**, con nuevas actividades, como el turismo rural, ecológico o gastronómico.

3.3. Consecuencias del turismo

Como cualquier actividad económica, el turismo genera una serie de **consecuencias positivas y negativas**:

Positivas	Negativas
- Genera ingresos que equilibran la balanza de pagos de un país o la mejoran. - Crea puestos de trabajo. - Se construyen nuevas infraestructuras de transporte y hoteles. - Fomenta los intercambios culturales del planeta.	- Muchos de los puestos que se crean son temporales. - Fuerte impacto medioambiental.

Actividad

18. ¿Qué consecuencias positivas y negativas tiene la actividad turística? ¿Compensan las consecuencias positivas a las negativas? Razona tu respuesta.

Flujos turísticos mundiales

El turismo en el mundo

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo internacional alcanzó un récord en 2018, con más de 1.200 millones de viajeros internacionales.

Tendencias del turismo para los próximos años

El portal web Skyscanner adelanta que se está preparando una auténtica revolución en el turismo para el año 2024. Entre los proyectos que se están fraguando está la creación de una aplicación que tiene la función de ser un agente virtual y personal que acompañe al turista en su actividad. Este e-agent concebirá perfectamente las preferencias del usuario y se encargará de reservar vuelos y hoteles de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Además, el usuario podrá visitar y probar virtualmente los destinos a los que quiere desplazarse en la realidad antes de decidirse por ese destino a través de la tecnología háptica, que permitirá sentir el calor o el frío del lugar, oler o apreciar la comodidad del hotel. Estos programas inteligentes también predicen las necesidades del viajero para ofrecerle el mejor servicio. Por otra parte, ya se están poniendo en marcha aplicaciones que permiten economizar al máximo los viajes.

Adaptado: News International Business School
«El turismo del futuro: tendencias y desafíos», en www.newsib.com (20/02/2018).

Los países más visitados del mundo en 2018

País	En millones de viajeros
Francia	89
España	85
Estados Unidos	80
Italia	62
Japón	61
México	41
Alemania	39
Inglaterra	38
Brasil	36

Fuente: Foro Económico Mundial y Organización Mundial del Turismo.

Actividades

19. ¿Qué diferencia básica hay entre turismo y movimientos migratorios?

20. ¿Por qué el turismo es una actividad propia de países ricos?

21. ¿A qué tipo de turismo responde la imagen superior de la página anterior? ¿Crees que son compatibles varios tipos de turismo en una misma estancia? ¿Por qué?

22. Investiga en Internet sobre los tipos de turismo. A continuación, elabora una tabla con las características de cada uno de ellos.

23. Observa el mapa de los flujos turísticos y contesta a las preguntas en tu cuaderno (utiliza también los mapas políticos del anexo cartográfico):

- Nombre cinco países cuyo número de visitantes supere los 25 millones. ¿En qué continentes se encuentra la mayoría? ¿Por qué?
- ¿Qué continentes reciben menor flujo de turistas? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las zonas con mayor tránsito de crueros turísticos? ¿Por qué?

Subepígrafe 3.4. Medios de comunicación

Este apartado resultará muy interesante para el alumnado, ya que aborda fenómenos casi cotidianos en su vida. La dificultad estriba en ordenar los conocimientos, muchas veces superficiales, que tienen los alumnos y las alumnas. Se prestará especial atención a la capacidad de influencia de los medios de comunicación, ya sea sobre la economía o en las relaciones sociales. Es fundamental recalcar el fenómeno de la sociedad de la información, pero también advertir de su mal uso y de la necesidad de un consumo crítico ante la abundante y creciente oferta desde múltiples plataformas. Para ello, puede utilizarse el recurso «Una nueva forma de ver televisión: la televisión en streaming».

Por otra parte, relacionado con el teletrabajo, puede ser interesante trabajar el recurso «Nuevas profesiones relacionadas con las TIC», ya que muchos alumnos y alumnas conocerán algunas de estas profesiones y es probable que algunos quieran dedicarse a ellas.

3.4. Medios de comunicación

Los **medios de comunicación** constituyen uno de los sectores más importantes de las actividades terciarias en los países ricos, pues proporcionan **información básica** para el desarrollo de ciertos sectores clave de la economía (como las finanzas), así como un **medio de contacto** entre personas de distintos puntos del mundo (teléfonos móviles, Internet, redes sociales, etc.) y el **principal instrumento de entretenimiento** de la población en general (televisión, videojuegos, YouTube, plataformas de Internet con películas, series y documentos).

La historia de los medios de comunicación como instrumentos de transmisión masiva de información surge a finales del siglo XIX y principios del siglo XX con el telégrafo, la radio, el teléfono y el cine. No obstante, será a **partir de finales del siglo XX**, con la televisión e Internet, cuando los **medios de comunicación** evolucionen extraordinariamente hasta convertirse en la poderosa industria que es hoy día.

Por su parte, el **desarrollo de las TIC** (tecnologías de la información y la comunicación: telefonía móvil, Internet, redes sociales) ha hecho posible la **aparición de una sociedad de la información** donde cualquier persona, en cualquier momento y desde cualquier lugar, puede producir información susceptible de difundirse a cualquier parte del planeta.

La información más útil es aquella que tiene un **fin educativo o formativo**. Ello permite hablar de una **sociedad del conocimiento**. En muchos casos, es el uso que se hace de la información, y no el contenido del mensaje, lo que determina su utilidad.

Tal ha sido la **revolución de las comunicaciones** que ha transformado la **forma de relacionarnos e incluso de trabajar**, con la aparición del teletrabajo (trabajo que se realiza en casa gracias a Internet).

Nuevas profesiones relacionadas con las TIC

Disenadora de páginas web o aplicaciones: da forma a las páginas web y a las aplicaciones de las empresas que están dirigidas al público.

Influencer: es una persona popular (con muchos seguidores en redes sociales) que se dedica a promocionar productos comerciales.

Experto en ciberseguridad: busca las vulnerabilidades informáticas de una empresa y trata de evitar los ciberataques y el robo de información.

Community manager: gestiona las redes sociales de la empresa y coordina la buena voluntad de una empresa en Internet, a través de redes, blogs, etc.

Especialista en posicionamiento web: dirige y coordina la buena visibilidad de una empresa en Internet, a través de redes, blogs, etc.

Una nueva forma de ver televisión: la televisión en streaming

En conclusión, una de las opciones de entretenimiento más populares hoy en día es ver contenido online. Cada vez más personas acceden por esta forma de ocio para desconectar de la rutina y pasar un buen rato de relax. Sin duda, ver películas y series online se ha convertido en una tradición para muchos a la que es difícil renunciar.

Las plataformas de streaming han llegado para quedarse, permitiendo consumir una gran cantidad de contenido cuando y donde queramos, y sobre todo, a precio razonable, más que aceptable por muchos de nosotros. Además, en época del año más fría, qué mejor que quejarse en el sofá y ver una buena serie o película?

Adaptado: E-gati
«Netflix, HBO, Amazon... en el sofá»
(Llegó a Netflix a la TVP, en www.e-gati.es (18/10/2018)).

Actividades

24. ¿Qué ha supuesto el desarrollo de las TIC?

25. ¿Qué diferencias existen entre la sociedad de la información y la del conocimiento?

26. Busca información en Internet sobre alguna red social que utilices actualmente y escribe una redacción sobre su historia y su importancia mundial.

27. Reflexiona: las redes sociales, ¿nos acercan o nos alejan más los unos a los otros? Razona tu respuesta.

28. En YouTube existe una cantidad casi ilimitada de youtubers que producen contenido de diferente tipo y que cuentan, en algunos casos, con millones de seguidores. Indica los youtubers cuyos vídeos sigues, señalando la temática general de sus vídeos.

29. La televisión en streaming (Netflix, Amazon Prime Video, HBO, etc.) ha irrumpido con fuerza en nuestros hogares. Indica si tu familia consume este tipo de televisión, indicando sus ventajas sobre la televisión tradicional.

Las actividades asociadas al epígrafe están destinadas a repasar los conceptos estudiados, a analizar la información y a ampliar conocimientos (actividad 23 o 26) o a reflexionar sobre los fenómenos estudiados (actividades 27 y 29).

Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!

Aprendizaje basado en problemas

¡Emprendemos un negocio!

1. Introducción

El comercio es una de las actividades más destacadas y conocidas del sector terciario. En los últimos años, este tipo de actividad económica viene experimentando grandes transformaciones gracias a la revolución en las telecomunicaciones y a los cambios en el modo en el que compramos y consumimos.

2. El desafío: ¿qué pasos deberíamos seguir para crear un negocio y cómo podríamos hacerlo verdaderamente rentable?

En esta tarea, y trabajando de manera cooperativa, llevéis a cabo la creación de un negocio basado en la comercialización al por menor de un determinado tipo de artículo o producto. Para ello realizaréis las siguientes tareas:

- Identificar los pasos administrativos necesarios para crear un negocio.
- Conocer las mejores estrategias para lograr dar a conocer vuestro negocio a los potenciales clientes.
- Aplicar las medidas más adecuadas para garantizar la viabilidad y rentabilidad de vuestro negocio.
- Valorar la contribución del emprendimiento individual a la riqueza de la sociedad donde se produce.

3. El punto de partida

El emprendimiento es fundamental para el progreso de la sociedad; no obstante, constituir un negocio rentable supone a menudo toda una serie de sacrificios que pueden desanimar a muchas personas. Para facilitar vuestra labor, os ofrecemos los siguientes documentos:

¿Falta la mentalidad emprendedora en España?

[...] ¿Por qué cuesta más que en Reino Unido o Alemania? Expertos y jóvenes empresarios coinciden en que un primer obstáculo es la falta de habilidades emprendedoras, que el sistema educativo español no fomenta, según Andrea Sabio, de 24 años. Ella es la directora del proyecto HumanUP Lab, de la consultora Dynamis, que busca a estudiantes de 18 a 25 años para acelerar su potencial emprendedor. Asegura que su generación, que ha visto a sus padres perder los empleos por la crisis, está dispuesta a emprender, pero que le faltan incentivos. «Lo que aprendemos en la primaria, la secundaria y la universidad va en contra del emprendimiento o no tiene nada que ver con él», zanja. Compara el sistema educativo en España con el de Estados Unidos, donde estudias un año, y enumeras las habilidades que falta potenciar en el país: tolerancia al riesgo, resiliencia, proactividad, adaptabilidad, liderazgo, comunicación, inteligencia emocional, negociación, creatividad, resolución de conflictos, fijación de objetivos, toma de decisiones... y control.

Constante Lamberciari: «Dato sin los obstáculos para emprender en España». *El País* (01/2018).

10 pasos para emprender un negocio exitoso

1. Idea de negocio
2. Estudio de mercado
3. Plan de negocio
4. Estudio de viabilidad
5. Búsqueda de financiación
6. Estrategia de marketing
7. Localización
8. Contratación de personal
9. Promoción
10. Evaluación

4. Los recursos

Sobre los pasos para montar una empresa o crear un negocio:

- <https://elucm.com/crear-empresa-negocio/>
- 500 ideas de posibles negocios organizadas por categorías: <https://creamiempresa.es/ideas-de-negocio>

Sobre estrategias de marketing:

- <https://www.cybernetick.es/humeral-blog/ejemplos-de-estrategias-de-marketing>

Sobre el concepto y las características de una sociedad limitada:

- <https://www.muympymes.com/2018/02/22/la-sociedad-limitada-tenes-saber-que-ventajas>

11 formas de financiar un negocio:

- <https://www.bbv.com/es/11-formas-de-financiar-un-proyecto/>

Sobre los gastos que generan los negocios en sus inicios:

- <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/ad0188/principales-gastos-negocio/>

5. El guion de trabajo

A la hora de realizar vuestro proyecto de negocio, seguid los siguientes pasos:

- 1.ª fase:** Reparto de tareas y análisis de documentos.
- 2.ª fase:** Puesta en marcha de vuestro negocio, que adoptará la forma de una sociedad limitada, elaborando una estrategia de negocio que plasmaréis en una presentación multimedia en la que incluiréis lo siguiente:
 - Nombre y logo de vuestro negocio.
 - Tipo de actividad comercial que vais a llevar a cabo.
 - Fórmulas de financiación (recordad que el capital mínimo exigido es de 3000 euros y que el coste de constitución de la empresa es de 600 euros).
 - Gastos previstos para el funcionamiento de vuestro negocio.
 - Estrategias para lograr poner en marcha vuestro negocio y para mantenerlo vivo hasta que comience a dar beneficios y resulte viable.
 - Modalidades de venta: tradicional, online o ambas.
- 3.ª fase:** Difusión de vuestro negocio por medio del empleo de las TIC. Para ello, podéis elaborar un blog en el que aparezca el nombre de vuestro negocio y la actividad que realicéis en él (recordad que la presentación debe ser atractiva, amena y desenfadada, especialmente si vuestra clientela va a ser gente de vuestra edad). También podéis elaborar un pequeño spot publicitario de unos 30 segundos en YouTube, que insertéis en el mencionado blog. Tanto el blog como el vídeo promocional de vuestro negocio estarán presentes también en vuestra presentación multimedia.
- 4.ª fase:** Presentación de vuestro negocio ante vuestros compañeros y compañeras, anotando las reacciones que genere vuestra propuesta de negocio.
- 5.ª fase:** Elaboración de un informe sobre la viabilidad de vuestro proyecto de negocio, en el que introduciréis tanto la información presente en la presentación multimedia como la reacción de vuestros compañeros y compañeras a vuestra propuesta de negocio.

6. Valoración

A la hora de evaluar vuestra investigación, se tendrán en cuenta la originalidad de la información utilizada, la riqueza de los recursos empleados y la claridad expositiva, tanto a la hora de exponer el resultado de vuestra investigación como de debatir con vuestros compañeros y compañeras cualquier cuestión relacionada con la misma. También se tendrán en cuenta la capacidad para trabajar de forma cooperativa y el papel que cada cual haya desempeñado en el trabajo grupal desarrollado.

Esta sección del libro pretende afianzar parte de los conocimientos y habilidades adquiridas mediante el trabajo de investigación cooperativo. En este apartado, la labor del docente consistirá en motivar a su alumnado, aclararle dudas e instruirlo en las técnicas básicas de colaboración en el trabajo en equipo. Es fundamental que los grupos tengan una composición heterogénea, que sean de pequeño número (3-4 alumnos/as) y que en la medida de lo posible no varíen a lo largo del curso. Se considera oportuno que cada grupo esté integrado por, al menos, un/a alumno/a con buenas capacidades académicas, sociales y de trabajo. Los primeros trabajos realizados según esta metodología serán más difíciles, por lo que se recomienda que se empiecen en clase. Es probable que cada grupo necesite al principio la mediación del docente para la distribución de las tareas.

En el caso que nos ocupa, el alumnado debe enfrentarse a un problema real: utilizando la información y los recursos que se le proporcionan, debe elaborar un sencillo plan de negocio para una pequeña empresa de comercialización al por menor y su promoción a través de las TIC, siguiendo las instrucciones. Para ello, tendrá también que emplear los conocimientos aprendidos sobre este tema a lo largo de la unidad. En el punto de partida y en los enlaces, tendrá información suficiente para lograr terminar la tarea y presentársela al profesor. Asimismo, en los enlaces podrá consultar información sobre cada uno de los aspectos necesarios.

La creatividad y el uso correcto de los medios, en relación con lo que se pide, deben premiarse en la evaluación, para lo que sugerimos la rúbrica que aparece en el apartado correspondiente.

Tarea competencial

Visitamos un parque natural de Andalucía

Imagined que una familia de turistas desea visitar un parque natural de España y queremos convencerlos para que visiten uno de Andalucía. Para hacerlo, una de las opciones más atractivas sería diseñar un díptico con el contenido más a las preguntas más frecuentes que se podría hacer un turista que visite Andalucía.

Antes de comenzar el trabajo, deberéis hacer en grupo y de manera cooperativa, tendréis que elegir el parque natural que vais a proponer a los turistas. Para ello podéis consultar esta dirección en Internet: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Espacios_naturales_de_Andalucía.

¿Qué competencias vamos a trabajar?

- Comunicación lingüística
- Competencia digital
- Aprender a aprender
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor
- Competencia y expresiones culturales

Una vez seleccionado el parque natural, debéis redactar las preguntas y respuestas que contendrá vuestro díptico, así como elegir las imágenes, siguiendo el modelo sobre el Parque Natural de Sierra Nevada:

Descubre los espacios naturales de Andalucía

¿Dónde está este espacio natural y por qué es importante visitarlo?

El espacio natural Sierra Nevada, integrado por el Parque Nacional y el Parque Natural del mismo nombre, se extiende desde el suroeste de la provincia de Granada hasta el extremo occidental de la Almería. Debido a su gran variedad paisajística y a poseer unos valores naturales exclusivos, ha obtenido diversas medidas de protección, entre ellas, la de Reserva de la Biosfera.

¿Cuáles son sus características climáticas?

Nos encontramos ante un clima de alta montaña con influencia mediterránea. Las temperaturas medias anuales oscilan entre las inferiores a 0 °C, que encontramos en los cumbres, hasta los 16 °C que encontramos por debajo de 1500 metros. Por lo que respecta a las precipitaciones, tenemos una elevada sequedad entre mayo y octubre, con precipitaciones en forma de nieve el resto del año, sobre todo a partir de los 2000 m.

¿Qué características tiene el paisaje (montañoso, llano, ríos, lagos, etc.)?

El relieve se compone de un extenso macizo montañoso compacto, que tiene la cima más alta de la Península, el Mulhacén, con 3479 metros de altitud, integrado en la cordillera Penibética. A esta altitud también se localizan hermosos valles de origen glaciario como el de Siete Lagunas.

Visitas guiadas Parque Natural de Sierra Nevada

¿Cuáles son los pueblos más atractivos del Parque Natural?

Son llamativos los pueblos de la Alpujarra, caracterizados por sus casca blancos situados en las laderas de las montañas, con tejados planos, balcones chimeneas y patios denominados tinajas que cubren de lado a lado la calzada. Merece la pena visitar Bubión, La Calahorra -donde destaca su castillo-, Pampaneira o Capileira.

¿Dónde podemos alojarnos?

Hay numerosas casas rurales para gran número de personas para poder pasar unos días de vacaciones.

¿Qué flora nos podremos encontrar?

En este parque natural se puede disfrutar de especies tan exclusivas como la viduela de Sierra Nevada o la estrella de las nieves. A media altitud dominan el paisaje los bosques de hoja caduca compuestos por robles melojeres, arces, acebos silvestres y castaños.

¿Qué fauna es la característica de este parque natural?

Esta variedad vegetal y climática determina una gran riqueza faunística. En la alta montaña se contempla el vuelo del águila real, los cuervos solitarios o las chovas pipilargas. La majestuosa águila real puede surcar los cielos en cualquier momento.

¿Qué actividades pueden realizarse?

Según la época del año, en este parque natural pueden realizarse una gran variedad de actividades, deportivas y de ocio. Hay multitud de rutas de senderismo como el Salayá, un sendero circular de unos 300 kilómetros dividido en 19 tramos. Otras actividades posibles son el senderismo con raquetas en las Lomas del Popoquira, las rutas a caballo, las actividades relacionadas con el turismo de nieve en la estación de Sierra Nevada, el montañismo o la pesca.

112 Unidad 4. El sector terciario

Unidad 4. El sector terciario 113

En este apartado se busca el desarrollo de las competencias curriculares a través del trabajo tanto individual como cooperativo, si bien de una manera muy pautada, otorgando una gran importancia al aprendizaje por descubrimiento y por emulación, sobre la promoción turística de un parque natural de Andalucía.

En este caso, la labor del docente se limitará a motivar al alumnado y a resolver dudas o facilitar recursos.

Esta parte de la unidad presenta un enfoque fundamentalmente constructivista, en el que el docente solo debe establecer una serie de directrices para que el alumnado aprenda a elaborar mapas conceptuales, lo cual, además, responde a uno de los estándares de evaluación. Para ello, se establecen una serie de pautas de trabajo en seis fases, un ejemplo y una propuesta de trabajo sobre los contenidos de la propia unidad.

Taller de geografía. Técnicas de trabajo

Elaborar un mapa conceptual

La elaboración de un mapa conceptual facilita la comprensión de los contenidos de un texto, por lo que es de gran utilidad en los repases previos a un examen. Un

Pasos para su elaboración

- Deberemos leer el texto atentamente y poner un título para el mapa conceptual. En el ejemplo, que se basa en el contenido del subgráfico 2.2, de esta unidad didáctica, vemos que el título sería la definición, características y tipos de comercio.
- Una vez leído, analizaremos el texto y extraeremos los conceptos e ideas principales.
- Deberemos seleccionar únicamente los datos y los hechos que ayuden a completar el esquema.
- Después relacionaremos los conceptos e ideas en función de su importancia, dependencia o causalidad.
- Para la presentación del mapa conceptual, conviene buscar el modelo que se adecue mejor a la naturaleza del tema. Tendremos que realizar varios borradores y elegir el mejor modelo.

Tipos de mapas conceptuales

mapa conceptual es un cuadro esquemático que representa la estructura de un contenido a través de las interrelaciones de sus elementos.

- El **modelo lineal** reproduce causas, consecuencias o relaciones de dependencia. Gráficamente puede dibujarse en vertical (el del ejemplo) o en horizontal.
- El **modelo circular** muestra un ciclo.
- El **modelo piramidal** representa un sistema jerarquizado.

Los conceptos deberán colocarse dentro de recuadros que podrán ser de forma cuadrada, rectangular, elíptica, etc. Si los datos pertenecen a una misma categoría, deberán mantener similar representación gráfica (forma y color, por ejemplo). También será conveniente utilizar flechas u otros signos y breves proposiciones que relacionen unos recuadros con otros.

Mapa conceptual basado en el contenido del subgráfico 2.2. El comercio

Ahora hazlo tú

Elige uno de los espirales o subgráficos de la presente unidad didáctica y elabora un mapa conceptual siguiendo los pasos descritos anteriormente.

110 Unidad 4. El sector terciario

Unidad 4. El sector terciario 115

Actividades finales

Estas actividades tienen una triple finalidad. En primer lugar, son una buena ocasión para reforzar los aprendizajes cons- truidos a lo largo de la unidad, tal y como sucede con las actividades 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9 y 10. En segundo lugar, vamos a encontrar actividades que amplían conocimientos, como la 3 y la 4. Por último, la totalidad de las actividades tienen relación con el trabajo de los criterios de evaluación y los estándares de aprendizaje evaluables, por lo que tienen un claro fin evaluador, tal y como puede verse en la tabla de concreción curricular.

Actividades finales

1. Define en tu cuaderno los siguientes conceptos:

Servicios privados	Transporte	Comercio mayorista
Comercio exterior	Balanza comercial	Superávit
Turismo	Servicios tradicionales	TIC

2. Lee los siguientes textos sobre el consumo interno en diferentes países según su grado de desarrollo económico. A continuación, contesta a las preguntas:

Texto A

¿Conseguir chicles o gastar más? Hoy en día, los consumidores saben que pueden agotar esta divertida actividad en cualquier momento del año, incluso en Navidad. También lo saben las empresas, que están viendo cómo el Black Friday, una de las citas más esperadas por los cazadores de descuentos, se ha convertido en el pretexto de salida de las compras navideñas.

Los internautas son quienes más fomentan esta tendencia: noviembre, cuando se celebra el Black Friday, se consume como el mes con más volumen de compras online, según un estudio del BBVA elaborado a partir de 20.000 comercios que usan TV de la entidad y de las transacciones de 3,5 millones de tarjetas de clientes.

Los productos que más contribuyen a las ventas este año fueron televisores, teléfonos inteligentes, portátiles, tabletas y lavadoras.

Texto adaptado. Fuente: [www.elpais.com](#) (14/12/2018).

Texto B

Una persona que pueda recibir remesas en euros y cambie 20 unidades de esta moneda, tendrá unos 28 millones de su moneda en sus manos. Mientras en la zona sur de Europa esos 20 euros pueden costar el almuerzo y la cena de un día, en este país alcanza para un mercado completo, para cuatro personas, que incluye 2 kilos de carne de res, 2 kilos de pechuga de pollo, 3 kilos de pescado, 30 huevos, 6 litros de leche, 3 kilos de arroz, 1 kilo de pasta, 1 kilo de judías negras, 500 gr de queso amarillo, 500 gr de jamón, y 1 kg de cebollas, tomates y patatas. Una realidad que viene poco a poco, el 20% de la población, según estimaciones de especialistas.

En este país, el salario mínimo [...] equivale a 2,6 euros [...]. Con esta cantidad apenas se pueden comprar alimentos o se tiene que elegir entre comida y medicinas. Comprar ropa o zapatos ha dejado de ser una opción.

Texto adaptado. Fuente: [www.elpais.com](#) (5/5/2018).

a) ¿Qué situación económica refleja el texto A? ¿Y el B? Razona tu respuesta.

b) ¿Qué diferencias observas entre los textos A y B en relación con el tipo de consumo que puede permitir la población?

c) ¿Qué papel juegan las TIC en el consumo del texto A? ¿Y en el B?

d) Según su grado de desarrollo económico, ¿a qué tipo de país podría hacer referencia el texto A? ¿Y el texto B?

Actividades finales

3. Observa los siguientes gráficos. A continuación, contesta a las preguntas:

Ingresos en el área de oncología de los farmacéuticos

Gráfico de barras que muestra los ingresos en millones de euros de los principales productores de café en 2017.

Principales productores de café

Gráfico de barras que muestra los ingresos en millones de euros de los principales productores de café en 2017.

4. Lee el siguiente texto sobre el funcionamiento del comercio y de las entidades supranacionales que dominan el comercio internacional. A continuación, elabora un mapa conceptual sobre el mismo:

Un bloque económico es una organización internacional que agrupa a un conjunto de países con el propósito de obtener beneficios mutuos en el comercio internacional. Estas formas de unión entre países se realizan a partir de la firma de tratados internacionales. Los bloques comerciales pueden clasificarse de acuerdo con su nivel de integración económica en:

- a) Áreas de preferencias comerciales en las que los países intercambian libremente productos alimentarios u otros que están sometidos al acuerdo de integración.
- b) Zona de libre comercio formada por un tratado entre dos o más países: es el caso del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- c) Unión aduanera, que unifica aranceles únicos entre los países que la forman con respecto al comercio con otros países ajeno a esa unión.
- d) El mercado común es un bloque en el que se establece, además de un arancel único como en el caso anterior, la libre circulación de bienes y personas. Es el caso de Mercosur, que integra a algunos países sudamericanos.
- e) Unión económica y monetaria es un tipo de bloque que incluye los acuerdos que plantea la zona de libre comercio y la unión aduanera, pero además plantea la creación de una moneda común. Entre los que ha ocurrido en la UE.

Adaptado. Rubén Hernán Leal López. Los bloques económicos en la globalización.

Actividades finales

5. Copia y completa en tu cuaderno la siguiente tabla:

Definición	El sector terciario
Según quién presta los servicios	Según la función de los servicios
Según la cualificación y el nivel tecnológico de los servicios	Según la cualificación y el nivel tecnológico de los servicios
En los países desarrollados	En los países en vías de desarrollo

6. Consulta el mapa sobre los flujos marítimos del subgráfico 2.1. de esta unidad y contesta a las preguntas:

a) ¿Cuáles son los principales nodos del tráfico marítimo mundial?

b) ¿Qué continentes presentan una alta densidad de tráfico marítimo? ¿Por qué crees que es así?

c) ¿Qué continentes presentan un escaso tráfico marítimo? ¿Por qué crees que es así?

d) ¿Qué tipo de actividad del sector terciario surge más provecho del desarrollo del transporte marítimo? ¿Por qué?

7. Los medios de transporte tienen un enorme impacto medioambiental. Intenta imaginar y describir las posibles repercusiones que podría tener el trazado de una autovía sobre el medio natural, valorando los pros y los contras de este tipo de infraestructura de transporte.

8. Enumera los diferentes tipos de medios de transporte que existen y señala sus ventajas e inconvenientes. A continuación, indica aquellos que utilices más en tu vida diaria y el motivo.

9. Elabora una pequeña redacción sobre los servicios predominantes en tu localidad. En ella debes realizar una descripción de estos y señalar cuáles son públicos y cuáles son privados.

10. Busca información en Internet sobre las diferentes modalidades de turismo existentes en nuestra comunidad autónoma. A continuación, anota en tu cuaderno su importancia para la economía andaluza, la cantidad de población activa que emplea, las principales zonas de procedencia de los turistas que nos visitan y la evolución del turismo andaluz durante los últimos años.

La unidad en 10 preguntas

Esta sección pretende ser un resumen guiado de los aspectos fundamentales de la unidad didáctica, sirviendo como repaso, guía y orientación de lo que es más importante en la unidad didáctica. Por todo ello, se trata de una sección de enorme utilidad para el alumnado, ya que en estas edades el seguir una pauta ordenada como guía de trabajo y estudio es muy importante.

Además, puede servir como base de una prueba escrita para atender a la diversidad.

La unidad en 10 preguntas

1. ¿Qué se entiende por sector terciario?

El sector terciario incluye todos aquellos servicios que no producen bienes materiales, pero que prestan servicios que satisfacen los deseos y las necesidades de las personas y las empresas.

2. ¿Qué características generales tiene el sector terciario?

El sector terciario es el predominante en los países desarrollados, gracias a la diversificación y terciarización de su economía y al acceso de la población a todo tipo de servicios. Por el contrario, en los países no desarrollados, el sector terciario sigue siendo insuficiente, con servicios poco cualificados y de bajo nivel tecnológico, y en algunos casos con un escaso acceso de la población a los servicios más básicos.

3. ¿Cómo se clasifican las actividades del sector terciario?

Las actividades terciarias se clasifican según quién presta los servicios (servicios privados o de mercado y servicios públicos), según su función (transporte, comercio, turismo, educación, sanidad, etc.) y según la cualificación del personal que los presta y los medios tecnológicos empleados (servicios avanzados y servicios tradicionales).

4. ¿Cuáles son los principales nodos del transporte mundial?

Los principales focos del transporte mundial se encuentran en las regiones más avanzadas y desarrolladas de América, Europa y Asia, desde donde salen y adonde llegan mercancías de diferente naturaleza, así como personas procedentes de todo el mundo, esto último gracias al desarrollo del transporte aéreo.

5. ¿Qué efectos tienen los medios de transporte sobre los espacios en los que se insertan?

Los medios de transporte han logrado reducir las distancias entre las distintas partes del planeta, modificando el medio físico para adaptarlo a sus necesidades (construcción de infraestructura viaria y de instalaciones como estaciones de tren, puertos y aeropuertos).

6. ¿Qué peso tienen los diferentes sectores económicos a nivel mundial?

En los países más desarrollados, el sector terciario proporciona la mayor parte del PIB y emplea a buena parte de la población activa, a diferencia de los países menos desarrollados, donde el sector primario sigue teniendo un enorme peso.

7. ¿Qué aspectos influyen en el diferente peso de los sectores económicos en la economía de un país?

A medida que un país logra desarrollarse económicamente, se produce un proceso de terciarización de su economía, lo que supone que el sector terciario emplee cada vez a una mayor cantidad de personas y tenga una mayor aportación a la riqueza nacional.

8. ¿Qué diferencias existen entre el comercio exterior y el comercio interior?

El comercio interior es aquel que se produce en el interior de las fronteras de un país, dividiéndose a su vez en comercio al por mayor y comercio al por menor. El comercio exterior, por su parte, se refiere a los intercambios comerciales que cruzan las fronteras entre países, a través de las importaciones y exportaciones.

9. ¿Qué se entiende por turismo y en qué tipos se clasifica?

Se entiende por turismo todo desplazamiento que realiza una persona desde un lugar de origen a otro de destino, por un periodo mínimo o superior a un día, por razones laborales o de ocio. Toda actividad turística tiende a realizarse en una época del año. Entre los tipos de turismo podemos destacar el de sol y playa, cultural, natural, de negocios, deportivo, de salud y religioso.

10. ¿Qué son los medios de comunicación? ¿Cómo influyen en nuestra vida diaria actualmente?

Los medios de comunicación constituyen uno de los sectores más importantes de las actividades terciarias en los países ricos. Proporcionan la información básica para el desarrollo de ciertos sectores clave de la economía, así como un medio de contacto entre personas de distintos puntos del mundo (teléfonos móviles, Internet, redes sociales), y es el principal instrumento de entretenimiento de la población en general (televisión, videojuegos, YouTube). Esto ha tenido como principal consecuencia el desarrollo de la llamada sociedad de la información, en la que cualquier persona, y desde cualquier lugar, puede producir información susceptible de difundirse a cualquier parte del planeta.

► 4. EVALUACIÓN

La evaluación del alumnado debe ser continua (en el sentido de constante), formativa, integradora y criterial. Los instrumentos que debemos utilizar servirán para valorar el grado de desarrollo o adquisición de las competencias clave y de consecución de los objetivos de etapa y materia. Los referentes fundamentales son los criterios de evaluación establecidos en el currículo, que, además, se desglosan en los estándares de aprendizaje evaluables. En cada unidad didáctica se especifican cuáles se van a valorar, sin perjuicio de que algunos de ellos puedan aparecer en varias unidades didácticas por su propia formulación genérica o polivalente.

Entre los instrumentos que utilizaremos para llevar a cabo la evaluación de los alumnos y alumnas destacamos:

- PRE (pruebas escritas): algunas actividades finales y la prueba de evaluación de la unidad disponible en la propuesta didáctica.
- CUA (cuaderno de clase): actividades del libro realizadas en el cuaderno. Actividades de refuerzo y ampliación de la propuesta didáctica.
- EOBS-RÚB (escala de observación-rúbricas): rúbricas de evaluación de **I. Proyecto pedagógico** y de **III. Solucionario**. Mediante este instrumento se valorarán la actitud, la disposición y la participación en las tareas y actividades individuales y cooperativas, especialmente en el Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!
- PRÁC (práctica): Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía, Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio! y Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual.
- PORT (portfolio): Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!, Tarea competencial: Visitamos un parque natural de Andalucía y Taller de geografía: Elaborar un mapa conceptual.
- PRO (pruebas orales): el desarrollo de la expresión oral puede ser importante a través de pruebas que detecten los conocimientos previos del alumnado en las cuestiones iniciales, así como otras actividades, por ejemplo, en el Aprendizaje basado en problemas: ¡Emprendemos un negocio!

Los anteriores **instrumentos deben ser entendidos como los medios** que nos proporcionarán las calificaciones para valorar los criterios de evaluación, que deben ser los que nos ofrezcan los resultados parciales sobre el progreso del alumno. Por tanto, **es necesario realizar una ponderación porcentual sobre el valor que cada criterio aportará a la calificación final**. Esa ponderación debe partir de la propia experiencia en la práctica docente, ya que algunos criterios son muy específicos y otros son muy genéricos y abarcan contenidos de varias unidades, siendo lógico, por tanto, dar a estos criterios un mayor valor que a los primeros.

Los criterios se convierten así en el verdadero referente de la evaluación del alumnado: no se evalúa ni el cuaderno, ni la prueba escrita ni siquiera la unidad didáctica. Las calificaciones deben ser para cada criterio en concreto, que tendrá un valor sobre el total de los trabajados en cada evaluación trimestral y sobre la calificación final.