

## ESTRUCTURA DEL TERCIARIO ECONÓMICO EN LA PERIURBANIZACIÓN GEMELA DEL MAR MENOR

*M<sup>a</sup> Dolores Ponce Sánchez\**

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia

### RESUMEN

Este artículo realiza un análisis cuantitativo y cualitativo de dos subsectores del terciario económico (distribución y lúdico) en dos ciudades que constituyen una periurbanización gemela en espacio litoral. El establecimiento de las distintas tipologías de dichos sectores viene determinado en función del grado de actividad turística del núcleo en cuestión, por lo que se da una complementariedad en ambos sectores. De ahí, el protagonismo de la categoría: restauración, junto a la importante participación de la rama alimentación en todo el conjunto y en tres de los cuatro núcleos analizados.

**Palabras clave:** Estructura comercial, terciario económico, periurbanización gemela, tipología, subsector distribución, subsector lúdico, consumidor-turista, complementariedad, centro, subcentro.

### RÉSUMÉ

Cet article réalise une analyse quantitative et qualitative de deux sous-secteurs du tertiaire économique (distribution et ludique) dans deux villes constituant une périurbanisation jumelle dans l'espace littoral. L'établissement des différentes typologies de ces secteurs vient déterminé en fonction du degré de l'activité touristique du noyan en question, donc, on y trouve une complémentarité des deux secteurs. D'ou, le protagonisme de la categorie restauration, uni à l'importante participation dans l'ensamble du secteur alimentation et en trois des quatre noyaux urbains analysés.

**Mots clefs:** structure commerciale, tertiaire économique, périurbanisation jumelle, typologie, sous-secteur distribution, sous-secteur ludique, consommateur-touriste-complémentarité, centre, sous-centre.

---

Fecha de recepción: 10 de diciembre de 1998.

\* Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, Paseo del Malecón nº 5, 30004-MURCIA (España).

El objetivo principal de este artículo es descubrir la estructura de dos subsectores del denominado terciario económico: distribución y lúdico. Para constatar la hipótesis de que existe complementariedad de ambos en municipios turísticos, aquí selecciono en el ámbito del Mar Menor: San Pedro del Pinatar y San Javier. Al mismo tiempo me interrogo acerca de si existe una oferta especializada de establecimientos pertenecientes a dichos subsectores en este espacio concreto, según su índice de participación en la actividad turística.

En cuanto a la elaboración de este artículo, se estructura en cuatro partes: la primera relativa a los aspectos metodológicos en este tipo de investigación; la segunda en la que se analiza cuantitativa y cualitativamente la estructura del conjunto del espacio en cuestión y un tercer apartado donde se realiza el mismo análisis en cada uno de los núcleos. Por último se presentan las conclusiones obtenidas en este estudio.

## I. ASPECTOS METODOLÓGICOS

La fuente utilizada para este estudio es un censo personal realizado en marzo de 1997 a todos los comercios y establecimientos pertenecientes a los subsectores analizados. Este censo forma parte de otros de igual naturaleza que llevo a cabo para la realización de la Tesis Doctoral.

Parece oportuno utilizar dos métodos de trabajo distintos para esta investigación: en primer lugar, el empleado para realizar el censo; y, segundo, el de la elaboración de este trabajo. En el primer caso se sigue la línea de investigación trazada por el profesor ANDRÉS en sus numerosos trabajos sobre el equipamiento comercial de la Región de Murcia<sup>1</sup> a través del método de la Geografía de la Percepción. Consiste en recoger la opinión de los agentes sociales que viven su espacio, en nuestro caso concreto, estos agentes son los responsables de los distintos establecimientos censados. Elaborar este censo plantea algunos problemas metodológicos:

*Primero*, determinar el espacio objeto de estudio. Para resolver esta dificultad nos apoyamos en las investigaciones del profesor ANDRÉS<sup>2</sup>, de donde se selecciona el espacio denominado periurbanización gemela del Mar Menor, esto es, dos ciudades que funcionan como centros dinamizadores por su economía basada en el turismo y la agricultura: San Pedro y San Javier. Los espacios litorales de Santiago de La Ribera y Lo Pagán albergan el turismo y en el resto del municipio la agricultura. Precisamente a partir de los núcleos turísticos se inicia la periurbanización gemela. Estos espacios se encuentran unidos por el extraordinario avance de la edificación que se va implantando a ambos lados del eje de comunicación que los enlaza, elemento que acelera el proceso. Por lo tanto, los censos se elaboran en ambas capitales municipales y en sus enclaves turísticos.

*Segundo*, ¿qué establecimientos interesa censar para poder clasificar las distintas actividades que se implican en este análisis? La actividad comercial es el sector que nos preocupa, sin embargo, nos parece un estudio incompleto, si se excluyen una serie de

---

1 Vid. bibliografía.

2 ANDRÉS SARASA, J.L. (1993): *Economía urbana de la Región de Murcia*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia. 210 pp.

establecimientos que, junto a los comercios propiamente dichos, modifican el espacio y estructuran las prácticas urbanas, a la vez que, de igual manera, su instalación en un lugar u otro viene determinada por la participación del mismo en la función turística, ya que, la principal actividad, tanto de los establecimientos comerciales como de los no comerciales, es ofrecer una serie de bienes y servicios al consumidor final. Por tanto, es preciso determinar a priori las distintas categorías. En este caso, el terciario de distribución y el lúdico incluye todos los establecimientos cuyo papel en el espacio consideramos imprescindible. Llegados a este punto, es preciso enumerar las categorías establecidas para incluir los diferentes establecimientos a los que hemos hecho alusión. Son las siguientes: alimentación - alojamiento - automoción - cuidado de las personas - ocio deporte y cultura - equipamiento del hogar - equipamiento de las personas - equipamiento profesional - restauración - joyería/relojería - servicios diversos - tienda varias secciones. Restauración y alojamiento turístico son las categorías consideradas en el subsector lúdico, ya que ofrecen tanto productos como servicios que se demandan con frecuencia en vacaciones y períodos de ocio y tiempo libre. En restauración se han incluido restaurantes, cafeterías, bares, pubs, heladerías, churrerías, establecimientos que ofrecen bebidas y/o comidas que se consumen en el local. En alojamiento: hoteles, pensiones y apartamentos turísticos, ofrezcan o no servicios de restauración. Salvadas estas dificultades, se confecciona el censo en cada uno de los núcleos citados, a través de la técnica de la entrevista a los comerciantes, gerentes o dueños, de los distintos establecimientos de cada calle. Afortunadamente, la mayoría colabora para poder realizar nuestro trabajo. En los espacios turísticos, se censan los que están abiertos en Semana Santa. Un número importante de los establecimientos temporales eligen esta fecha para continuar su actividad hasta finales de septiembre.

En la breve entrevista aparece, junto a la identificación del responsable o responsables, otras preguntas no válidas para este trabajo, y, el apartado de las categorías citadas, en el que se pide que incluya su establecimiento según su criterio. No se limita el número de categorías en las que se puede incluir pero es curioso y cabe mencionar el que las leen varias veces para elegir una sola finalmente, por lo que vamos a trabajar con comercios y establecimientos denominados simples.

## **II. ESTRUCTURA DEL TERCIARIO DE DISTRIBUCIÓN Y LÚDICO EN EL CONJUNTO ESPACIAL**

Este apartado pretende descubrir la tipología dominante en nuestro espacio, con este fin, se realiza un análisis cuantitativo que nos permita conocer el peso de cada una de las categorías establecidas.

En la totalidad espacial, para la fecha citada, se censan 563 establecimientos, de ellos, 134 corresponderían al subsector lúdico, el que participa con un 25%.

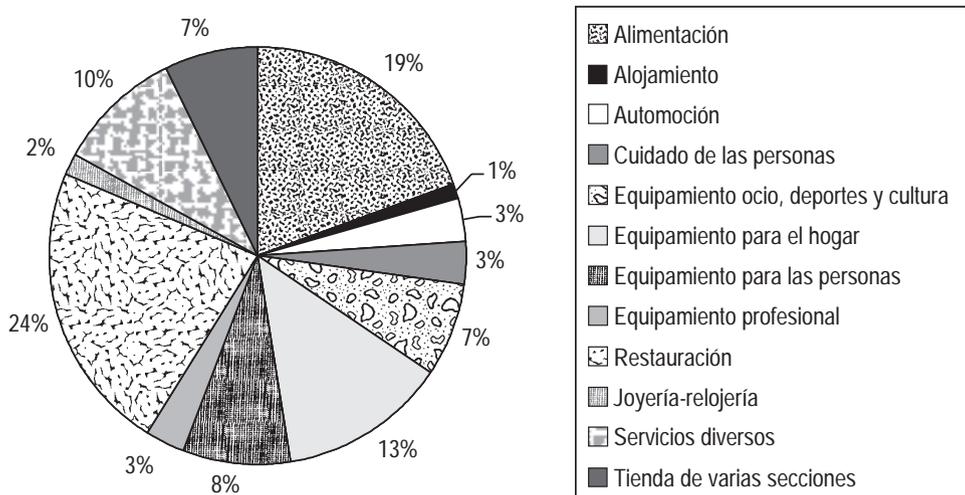
Es preciso destacar la inapreciable participación de la categoría alojamiento con el uno por ciento, dada la importancia que debería tener ésta en municipios litorales. La explicación se encuentra en el predominio de segundas residencias en todo el litoral murciano. Por lo tanto, el 24% de este sector corresponde a restauración, dato muy significativo propio de estos espacios turísticos, es ilustrativo el valor absoluto que arroja pues es el de

mayor cuantía de todas las categorías: 127 establecimientos, se debe tener en cuenta que esta cifra se eleva considerablemente en los meses de verano, y que únicamente se le aproxima la categoría alimentación con 109 establecimientos que representan un 19% del total. La tercera categoría en importancia se corresponde con equipamiento para el hogar, cuyo valor absoluto es importante 74 establecimientos que representan un 13%, una categoría incluida, junto a las restantes, en el subsector distribución. Estas tres categorías demuestran nuestra hipótesis. La especialidad en el conjunto del espacio viene determinada por la importancia que la actividad turística tiene en él. De ahí que exista un complemento entre los sectores, para cubrir las demandas de un consumidor-turista con una peculiaridad: no es un turista rotativo que cubre las necesidades básicas en alojamientos turísticos (hoteles, hostales...), el ser un turista principalmente de segunda residencia hace que demande comercios de frecuentación diaria y semiocasional, además de unos servicios de ocio, razón por la cual las tipologías de esta naturaleza aparecen con mayor participación.

Nuestra teoría se reafirma al mostrar un grupo de cuatro categorías, cuya participación es similar y conviene destacar, pues a pesar de no llegar al diez por ciento, tres de ellas: equipamiento para las personas; tienda de varias secciones y equipamiento de ocio, deporte y cultura, sin embargo, están orientadas a cubrir un mercado turístico, el ejemplo es significativo en la cuarta categoría, servicios diversos (10%), donde se han incluido: peluquerías, estancos, gasolineras, inmobiliarias; y en: tienda de varias secciones donde se encuentran los "todo 100" con diversidad de artículos de toda índole (regalos, mercería, perfumería, playa) e infinidad de mezcla de productos sin especialización concreta.

El resto de categorías participan con un bajo porcentaje del 1% al 3%, como se puede observar en la figura 1.

**Figura 1**  
**ESTRUCTURA DEL TERCIARIO TOTAL ESPACIOS 1997**



### III. ESTRUCTURA DEL TERCIARIO DE DISTRIBUCIÓN Y LÚDICO POR ESPACIOS ECONÓMICOS

Para conocer la participación que cada uno de los espacios básicos considerados tiene en el conjunto, se realiza en ellos un análisis cuantitativo y cualitativo que nos permita ver su estructura por categorías establecidas.

Es conveniente, para verificar nuestra hipótesis de partida analizar por separado los distintos núcleos y distinguir los matices de diferenciación según el grado de incidencia del fenómeno turístico en ellos.

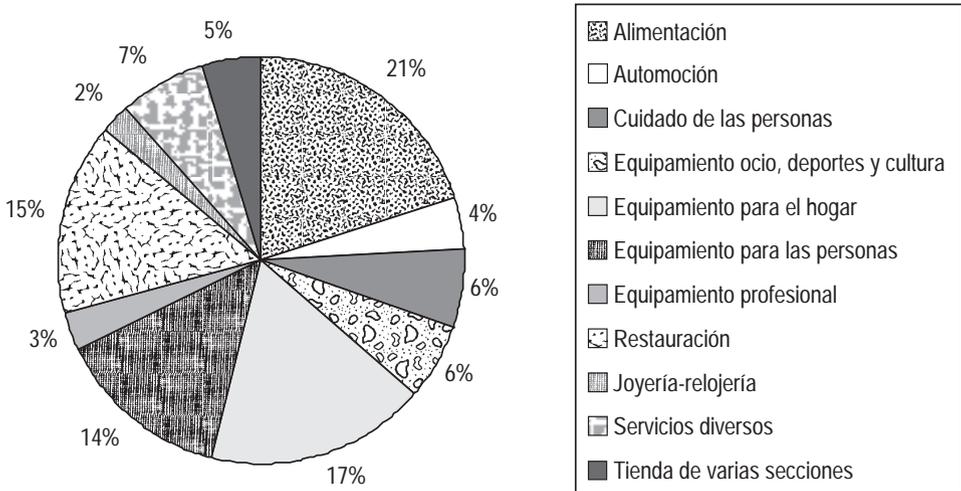
#### 1. San Pedro del Pinatar (Capital municipal)

Es el enclave comercial por excelencia del conjunto espacial. Característica evidente por su condición de capital municipal, pero también por su situación geográfica privilegiada en el límite con la provincia de Alicante, cerca de otros nodos turísticos, que la convierte en ciudad central con un importante radio de influencia. Esta posición ha propiciado que se instale la única gran superficie comercial con la que cuenta el municipio (a la fecha citada), en el eje de comunicación que lo une con la provincia vecina y con San Javier capital, lo que favorece y facilita la movilidad del consumidor en la zona. Es el núcleo que más participación adquiere en el conjunto, en valores absolutos son 195 establecimientos censados, un 35% del total. Aquí, el sector distribución adquiere un mayor protagonismo (85%), a la vez que permanece estable todo el año sin que se aprecien notables supresiones o creaciones en los meses estivales. Igual sucede con el 15% restante de la estructura que corresponde al sector lúdico y a la categoría de restauración, el valor de alojamiento es prácticamente inapreciable pues se ha registrado un sólo establecimiento.

En el resto de categorías participa con tres valores destacados que superan el diez por ciento, estos son: alimentación (21%), categoría que supera en un punto al conjunto; equipamiento para el hogar (17%), por tanto productos de frecuentación diaria y semiexcepcional para abastecer una clientela estable, pero también, a aquella estacional que ha establecido en el espacio turístico próximo, tanto de la provincia de Alicante como de Lo Pagán o La Ribera, su segunda residencia; equipamiento para las personas (14%) igualmente significativo este valor relativo, el único matiz a comentar en esta categoría es que su especialidad va unida, además de cubrir necesidades al turista, a afianzar su centralidad en el conjunto y en su área de influencia, pues en esta categoría se incluyen establecimientos como calzado y ropa para adultos y niños, perfumerías, complementos...

Con valores del 4% al 7%, se presentan ramas como: automoción; cuidado de las personas; ocio, deporte y cultura y servicios diversos. Valores que aunque no destacados, sí confieren un carácter equilibrado y diverso al equipamiento comercial de San Pedro, al que podríamos calificar como influenciado, en importante medida, por los núcleos turísticos que lo rodean, pero además, como ciudad central de su entorno próximo. Características que lo diferencian del resto de espacios analizados.

**Figura 2**  
**ESTRUCTURA DEL TERCIARIO. SAN PEDRO 1997. (CAPITAL MUNICIPAL)**

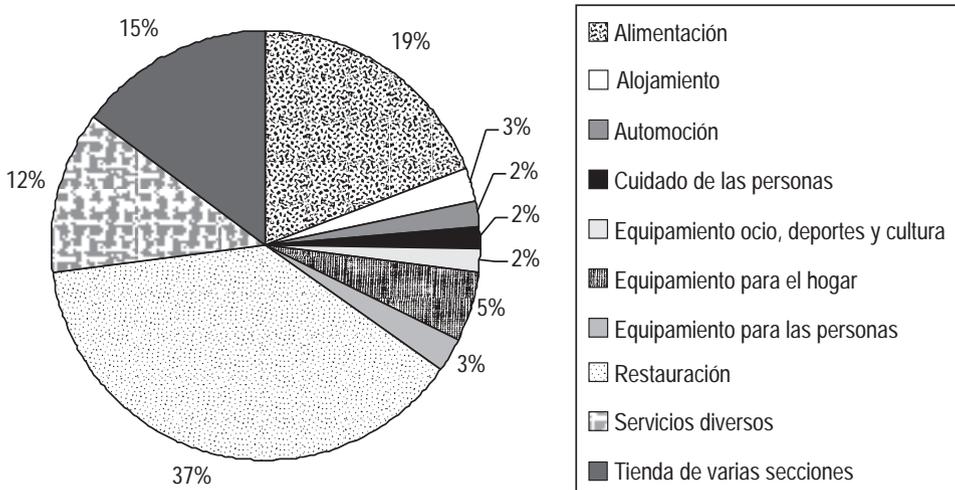


## 2. Lo Pagán

Nodo turístico del municipio de San Pedro, presenta una estructura en este terciario económico de clara influencia de su principal actividad: la industria turística. Su participación en el total espacial es del 20% con 115 establecimientos y una significativa participación de los dos subsectores analizados. El sector lúdico con un 40% y el de distribución con el 60% restante. De nuevo aparece esta complementariedad de forma muy clara. Por categorías destacan cuatro, una de ellas de forma particular: restauración, se diferencia con un 37% del total de la estructura de este espacio y el mayor peso del sector lúdico, esta cifra nos remite a la principal función citada; la siguiente categoría en importancia es: alimentación (19%) porcentaje igual al del conjunto, cifra de participación que corrobora nuestra hipótesis (la especialidad en función del grado de participación en la actividad turística), junto a la tercera categoría en importancia: tienda de varias secciones (15%), donde aparecen no sólo los “todo 100” sino las mezclas de productos más variopintas en las que el turista encuentra: zapatillas de baño, toallas, juguetes playa o bronceadores junto a revistas, postales, productos de limpieza para el hogar y de belleza para las personas, o frutas y verduras. Con un valor inferior pero muy significativo en este análisis, un 12%, aparece la categoría de servicios diversos, muy sensible a las fluctuaciones de la demanda turística. Es preciso señalar la presencia de inmobiliarias en Lo Pagán pues en San Pedro representan un valor inapreciable, en San Javier desaparece y se establecen en Santiago de la Ribera con un valor inferior.

El gráfico número 3, ilustra nuestro comentario, en él podemos observar un último grupo de valores pequeños que contribuye dando diversidad al equipamiento comercial de este espacio.

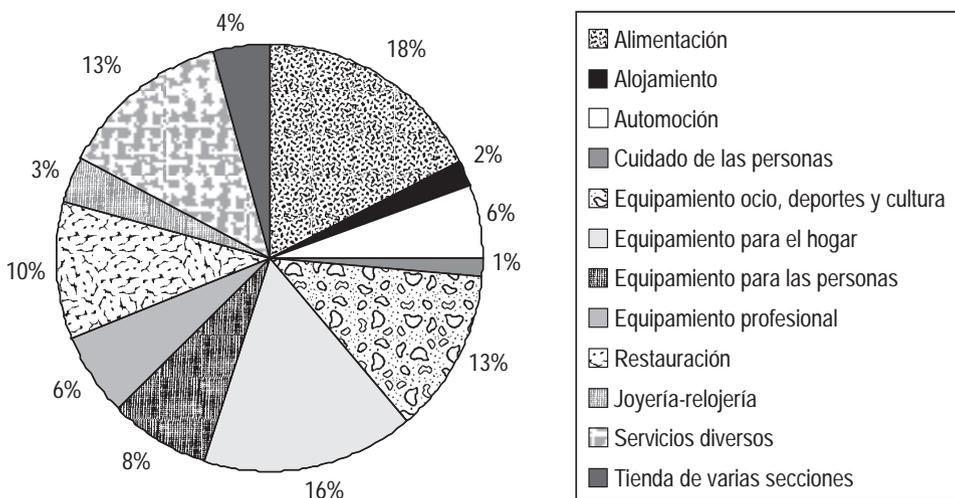
**Figura 3**  
**ESTRUCTURA DEL TERCIARIO. LO PAGÁN 1997**



### 3. San Javier (Capital municipal)

El peso de participación para el conjunto es del 26% con 144 establecimientos. Este espacio en su función de capital provincial vuelca el peso en el sector distribución, por lo que reserva su núcleo turístico para albergar el terciario lúdico que registra un 12% en San

**Figura 4**  
**ESTRUCTURA DEL TERCIARIO. SAN JAVIER 1997 (CAPITAL MUNICIPAL)**



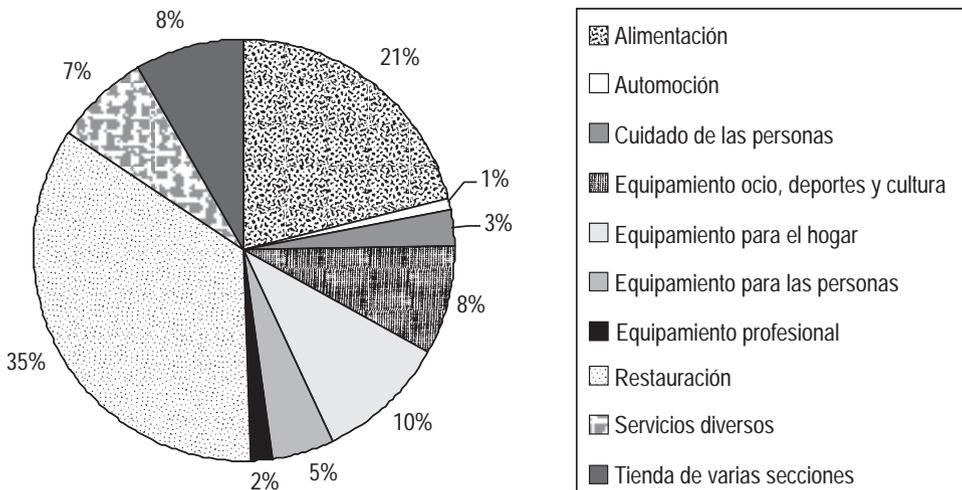
Javier, de éste valor sólo el 2% pertenece a alojamiento. De la observación del correspondiente gráfico se advierte un mayor equilibrio entre las categorías sin ninguna que se desmarque especialmente. Aparecen alimentación (18%); equipamiento para el hogar (16%); servicios diversos y equipamiento de ocio deporte y cultura (13%). Este equipamiento comercial demuestra equilibrio y diversidad, más que cantidad, para abastecer una población residente todo el año procedente de su término municipal incluido su nodo turístico.

Se debe hacer alusión a la única gran superficie, registrada en esta fecha, pues elige el mismo emplazamiento que su municipio vecino: la N-332, con ello no sólo encuentra el espacio necesario y un mejor precio de éste, sino una estupenda accesibilidad al centro comercial que propicia la movilidad en la zona.

#### 4. Santiago de La Ribera

En este espacio se encuentra el 19% de participación con un total de 109 establecimientos censados. La estructura de ambos subsectores es similar a la de Lo Pagán, el sector lúdico abarca un 36% del total espacial, incluido prácticamente en la categoría de restauración; alojamiento, participa tan sólo con el uno por ciento, no quiere esto decir que no existan alojamientos turísticos, que si bien no son muy numerosos sí los hay, este dato nos lleva a reflejar la estacionalidad que sufren los hoteles, pensiones o apartamentos de estos espacios. Al igual que en Lo Pagán, dentro del sector distribución, las ramas que complementan al lúdico son, en primer lugar, alimentación con el 21%, cabe destacar en esta tipología la presencia de dos hipermercados que engrosan la sobredimensión de la oferta de alimentación generados por la demanda estival; en importancia le siguen otras cuatro con valores del siete al diez por ciento, muy ligadas a la función turística:

**Figura 5**  
**ESTRUCTURA DEL TERCIARIO. LA RIBERA 1997**



equipamiento de ocio, deporte y cultura; equipamiento para el hogar, tienda de varias secciones, servicios diversos. Las especialidades de estas tipologías son idénticas a Lo Pagán y suelen establecerse cerca de la línea de costa.

### III. CONCLUSIONES

Existe un importante grado de complementariedad entre los sectores distribución y lúdico, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor-turista, necesidades principalmente de productos de frecuentación diaria como alimentación y hogar, así como, otras consideradas no básicas, las referidas a ocio y cultura. Podemos también afirmar que esta complementariedad va unida al grado de participación que el espacio tiene en la actividad turística, de ahí que, aunque la influencia que reciben de sus respectivos núcleos turísticos se refleje tanto en San Pedro como en San Javier, es precisamente en éstos donde más se aprecia dicha complementariedad. También es evidente la localización de determinadas categorías como alimentación, inmobiliaria, alojamiento o tienda de varias secciones en el espacio turístico, por lo tanto existe una interacción entre especialidad terciaria y función.

Por todo ello, la función central que ejercen las capitales municipales condiciona la localización de un equipamiento más estable, equilibrado y diverso, aunque con influencia clara de sus núcleos turísticos. Y estos funcionan como subcentros económicos, con categorías más concretas y un mayor dinamismo en cuanto a supresión-creación de establecimientos o estacionalidad, impulsados por la industria turística.

Por último, se aprecia una sobredimensión de oferta, en ambos sectores, para la población residente del espacio. Oferta que se genera para responder al incremento del verano.

### BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (1987): *Informe sobre la estructura del comercio en Murcia*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación. Murcia.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1991): *Imágenes del espacio urbano y prácticas comerciales en la ciudad de Murcia*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación. Murcia 431 pp.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1996): *La actividad comercial en un municipio turístico: Mazarrón*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación, Cartagena, 261 pp.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1997): *La ciudad minera en el cambio de estructuras (La Unión)*. Instituto de Fomento Región de Murcia. Murcia, 171 pp.
- COSTA MAS, J. (1997): «Interacción y conflicto entre estructura urbana y uso comercial. El caso de Benidorm.», en *Dinámica Litoral-Interior. Actas XV Congreso de Geógrafos Españoles*, Universidad de Santiago de Compostela, A.G.E., vol. I, pp. 313-319.