

PRUEBA DE ACCESO A GRADO SUPERIOR MADRID 2009 GEOGRAFÍA

CUESTIONES

1ª.- Defina los siguientes términos o conceptos geográficos:

Coordenadas geográficas son un sistema de referencia que utiliza las dos coordenadas angulares, latitud (Norte y Sur) y longitud (Este y Oeste) y sirve para determinar los laterales de la superficie terrestre (o en general de un círculo o un esferoide). Estas dos coordenadas angulares medidas desde el centro de la Tierra son de un sistema de coordenadas esféricas que están alineadas con su eje de un sistema de coordenadas geográficas incluye un datum, meridiano principal y unidad angular. Estas coordenadas se suelen expresar en grados sexagesimales.

Tasa de mortalidad: La tasa de mortalidad general es la proporción de personas que fallecen respecto al total de la población (usualmente expresada en tanto por mil, ‰)

Espacio natural protegido: Las áreas protegidas son espacios creados por la sociedad en su conjunto, articulando esfuerzos que garanticen la vida animal y vegetal en condiciones de bienestar, es decir, la conservación de la biodiversidad, así como el mantenimiento de los procesos ecológicos necesarios para su preservación y el desarrollo del ser humano.

Curvas de nivel: Una curva de nivel es aquella línea que en un mapa une todos los puntos que tienen igualdad de condiciones y de altura. Las curvas de nivel suelen imprimirse en los mapas en color siena para el terreno y en azul para los glaciares y las profundidades marinas. La impresión del relieve suele acentuarse dando un sombreado que simule las sombras que produciría el relieve con una iluminación procedente del Norte o del Noroeste. En los mapas murales, las superficies comprendidas entre dos curvas de nivel convenidas se imprimen con determinadas tintas convencionales (tintas hipsométricas). Por ejemplo: verde oscuro para las depresiones situadas por debajo del nivel del mar, verdes cada vez más claros para las altitudes medias, y sienas cada vez más intensos para las grandes altitudes, reservando el rojo o violeta para las mayores cumbres de la tierra.

2ª.- A la vista del siguiente climograma, en el que las barras indican el volumen de precipitaciones mensuales y la línea con puntos las temperaturas, que está referido a una región de la Península Ibérica.

a).- Indique las características fundamentales de este clima

b).- Identifique la región y señale la vegetación y la hidrografía que suele acompañar a este.

Comentario de las temperaturas: el climograma que se nos presenta para comentar pertenece a una región situada en el hemisferio norte con una temperatura media anual de 13,9° y la amplitud térmica es baja (unos 8°). Existe una distribución de las temperaturas donde vemos que el verano es fresco (ningún mes con temperatura media igual o superior a 20°) y el invierno frío (la temperatura media del mes más frío está entre los 8), aunque no demasiado, dado que el mes más frío tiene una temperatura media de 7 °C. Estas características térmicas permiten suponer que este clima tiene una posición septentrional e interior dentro de la

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

Península (invierno frío), aunque no muy alejada de la costa, pues el invierno es poco riguroso y la amplitud térmica es baja.

Las precipitaciones presentan un total anual (969,2 mm) abundante (superior a 800 mm) y una distribución bastante regular a lo largo del año, con un corto mínimo en verano, durante el cual hay un solo mes (julio) con precipitaciones inferiores a 30 mm. El máximo de precipitaciones tiene lugar en el invierno (enero). Dadas las temperaturas de esta estación caerán principalmente en forma de lluvia. Observamos además la casi inexistencia de meses secos, sólo uno, por lo que el valor de la sequía es muy escaso.

Con todos estos datos podemos concluir que se trata de un clima oceánico, donde la temperatura media es moderada (entre los 10 y 15°C), más suaves en la costa que en el interior. Y las precipitaciones están muy repartidas a lo largo del año y superan los 800 mm anuales. Este clima lleva asociada una vegetación de bosque caducifolio, landa (extensiones de matorrales como el brezo, la retama o el tojo) y los prados.

3ª.- A la vista del mapa adjunto de Países de la UE cuya población está comprendida entre los cinco y los catorce millones de habitantes en el año 2004 indique:

El nombre de los 10 países "tramados" y sus respectivas capitales

10-PORTUGAL-LISBOA

9-GRECIA-ATENAS

8-AUSTRIA-VIENA

7-HUNGRÍA- BUDAPEST

6-ESLOVAQUIA-BRATISLAVA

5-REPÚBLICA CHECA-PRAGA

4-BÉLGICA-BRUSELAS

3-DINAMARCA-COPENHAGUE

2-FINLANDIA-HELSINKI

1-PORTUGAL-LISBOA

4ª.- Desarrolle uno de los dos temas siguientes atendiendo, al menos, a los siguientes aspectos.

a).- Características del poblamiento rural en España:

2.-Transformaciones experimentadas.

1.- Tipos y elementos que los definen en relación con el agrupamiento de la población

Poblamiento = asentamiento de población en un territorio.

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

Hay dos tipos:

- Rural = pueblos y zonas aisladas del campo.
- Urbano = ciudades.

Implica una transformación del paisaje:

- si es para actividades agrícolas = menos agresivo (poco poblamiento).
- si es para actividades industriales = muy agresivo (mucha población).

-Diferencias entre paisaje urbano y rural:

Ciudades = más densidad de población.

Medio rural = sector primario (agricultura) / Medio urbano = sector secundario y terciario (industria y servicios).

Ciudades = más grandes en extensión y edificios.

Medio Urbano = más infraestructuras y servicios públicos (carreteras, colegios, hospitales...).

-Tipos de poblamiento rural

Poblamiento concentrado: núcleo de población con todo tipo de servicios.

Poblamiento disperso. Formado por:

- Casas de campo o granja: edificios aislados destinados a la agricultura.
- Caseríos: conjunto reducido de casas de campo.
- Aldeas: población muy pequeña con grupo de casas, calle principal y otros elementos de uso común (fuentes, ermitas, caminos...).

Poblamiento intercalar: mezcla de los dos anteriores; edificios aislados entre núcleos de población.

-Los núcleos rurales: los pueblos

Pueblo = asentamiento de población rural.

Se pueden distinguir:

Según la forma:

- Pueblo lineal: las casas se sitúan a un lado y otro de una vía de comunicación principal o de un río.
- Pueblo concentrado o nuclear: casas concentradas alrededor de un núcleo central (normalmente una plaza) donde se localizan los edificios más importantes (ayuntamiento, iglesia, mercado...).

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

- Pueblo radial: del núcleo central parten calles y vías hacia el exterior.

Según su relación con las actividades agrícolas:

- Pueblo agrícola o pesquero: la población se dedica a la agricultura, ganadería o pesca.
- Agrocidad: pueblo agrícola pero con servicios y elementos urbanos.
- Pueblo residencial: la población procede de la ciudad y no se dedica a la agricultura.

-El poblamiento rural en España

a) Tipos de poblamiento rural

Disperso = característico del norte peninsular; normalmente está formado por pequeñas aldeas de casas agrupadas (en Asturias y Cantabria) y edificaciones aisladas (caseríos vascos).

Concentrado = característico de áreas rurales:

- Cuenca del Duero y Valle del Ebro = núcleos reducidos y próximos.
- Meseta sur, área mediterránea y Baleares = núcleos más grandes pero a mayor distancia entre sí.

b) Transformaciones del mundo rural español

Áreas rurales montañosas e interiores = éxodo rural masivo (años `60) = muchos núcleos quedaron despoblados.

Núcleos rurales costeros = transformación radical en centros turísticos = lugares que reciben población jubilada extranjera.

Poblaciones próximas a grandes ciudades = ahora desempeñan funciones urbanas (residenciales, industriales...) = forman parte del área metropolitana.

b).- El comercio interior español

1.-Factores de localización

2.-Tipos de comercio

La función económica del comercio es poner en contacto la oferta y la demanda. Mientras la producción fue artesana y, por tanto, escasa, y la demanda estuvo limitada por la escasez de las rentas, el comercio no pudo tener la relevancia que alcanzaría luego, limitándose, en muchos casos, a los productos de lujo o al comercio mayorista de productos alimenticios.

La revolución industrial introdujo cambios radicales: la producción masiva requería una demanda amplia, que se extendía por espacios cada vez más extensos; la demanda, por otro lado, comenzó a crecer al compás del progresivo aumento de las rentas. Así, se puede asegurar que el comercio, como hoy lo conocemos, es hijo de la industrialización.

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

El comercio puede ser interior, cuando se realiza dentro de un estado, o exterior, cuando se hace entre diferentes estados.

Independientemente del ámbito espacial en el que se realice, el comercio tiene unas consecuencias económicas y territoriales:

Produce una especialización en aquellas actividades para las que se es más competitivo. Esta especialización tiene consecuencias económicas en cuanto ocasiona un aumento de la producción, pero también tiene consecuencias territoriales, pues origina procesos territoriales de especialización productiva.

Ocasiona la necesidad de comunicación y contacto entre diferentes ámbitos territoriales, dando lugar a diferentes flujos e interconexiones, que, realizados a través de las ciudades, colaboran muy activamente a la formación de los sistemas urbanos y a su jerarquización.

-La distribución comercial es un sector de actividad muy importante desde el punto de vista económico y social, como lo demuestran datos sobre la aportación al Producto Interior Bruto(PIB) y el empleo generado.

En cuanto al PIB, es aproximadamente del 14%, manteniéndose esta aportación más o menos constante desde 1.980. Este hecho se ha producido de forma similar en otros países miembros de la Unión Europea. Si se comparan los datos de España con los de los países más desarrollados de la Unión Europea se observa que la participación en el PIB de la distribución comercial española se encuentra relativamente elevada (9% en Alemania y 12% en Francia),

En lo que se refiere al empleo generado por el sector, la población activa del comercio representa en 2005 alrededor del 15% de la población activa total de España y prácticamente las mismas cifras en la población ocupada. El sector de la distribución comercial es en España el segundo mayor en importancia como generador de empleo, puesto que sólo le supera en número de ocupados el conjunto de industrias manufactureras.

Además, el sector de la distribución comercial realiza una función “colchón” amortiguando los cambios que se producen en el mercado laboral. Por esto, ha sido frecuente catalogar al sector comercial como el “sector refugio” de otras actividades económicas

Es un sector enormemente complejo en cuanto a las actividades que realiza por lo que es difícil presentar una clasificación sencilla de sus actividades

- Por la posición que ocupa en la distribución, podemos hablar de:
- Comercio mayorista o “al por mayor”

Tanto el comercio minorista como el mayorista empiezan a ser unos sectores de actividad importantes en España a partir de los años sesenta gracias a los movimientos migratorios, al crecimiento de la renta y al desarrollo del turismo, que provoca el paso de un período de comercio tradicional a un período de distribución masiva, caracterizándose por la introducción y fuerte desarrollo del sistema de venta en régimen de autoservicio.

- Por los canales de distribución (producción-consumidor) que utiliza, podemos hablar de:

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

- Comercio de bienes de equipo, la mayor parte de los cuales los vende directamente el productor-fabricante a las propias industrias que van a emplearlos. Para ello, el propio fabricante dispone de sus divisiones comerciales, que mediante la participación en ferias, la publicidad y los representantes, ofrecen y muestran sus productos.

- Comercio de bienes “percederos” (los más importantes son los alimentos), que muestran un sistema muy complejo: productor-comisionista-asentador de mercado central-minorista-consumidor. Esta complejidad exige la necesidad de una cierta regulación para evitar los abusos y la especulación.

Compra los productos al fabricante o a otro mayoristas, los almacena y los vende al comercio minorista. Se localiza en lugares estratégicos respecto a las áreas productoras y consumidoras de mercancías, prefiriendo la periferia de las ciudades.

Las comunidades con mayor peso de locales mayoristas son Cataluña, Andalucía y Madrid

- Comercio minorista o “al detalle”

Adquiere los productos al fabricante o a un mayorista y los vende directamente al consumidor.

Las comunidades autónomas con mayor peso de locales minoristas son Andalucía, Cataluña y Madrid • Comercio de bienes de consumo duradero, donde se plantean multitud de variantes,

pero las más comunes son:

- 1) productor-minorista-consumidor;
- 2) productor-gran almacén-consumidor.

En la actualidad, la distribución comercial en España se caracteriza por el funcionamiento paralelo de dos sistemas:

- Un sistema basado en un comercio tradicional, caracterizado por
  - Supone el 90% del comercio al por menor
  - En establecimientos de pequeña dimensión (50 m<sup>2</sup> de media)
  - Dirigidos por empresarios particulares
  - Con escaso personal empleado (2,2 trabajadores por establecimiento)
  - Alto porcentaje de negocio familiar (62 %)
  - Con escasa formación y edad avanzada (47 años de media)
  - Equipamientos deficientes porque las inversiones son bajas

Este sistema se encuentra en una situación de difícil pervivencia, que se traduce en el progresivo cierre de este tipo de establecimientos y en una drástica pérdida de cuota de mercado

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

- Un sistema basado en la introducción de nuevas formas comerciales que operan fundamentalmente bajo el sistema de autoservicio. Controlado por grandes organizaciones comerciales que poseen un gran poder de compra, que están cada vez más concentradas, que utilizan constantemente las innovaciones de las técnicas de venta y de gestión, y que en general, están preparadas para poder adaptarse a los cambios de las condiciones del entorno.

Entre estas nuevas formas comerciales destacan:

a) Supermercados

Con una superficie de sala de ventas hasta de 2.500 m<sup>2</sup>

b) Hipermercados

Se trata de establecimientos con una superficie de venta superior a los 2.500 m<sup>2</sup>, con grandes áreas para el aparcamiento de vehículos, emplazados fuera del casco urbano de las ciudades y situados en las grandes vías de comunicación.

Generalmente se trata de grandes cadenas europeas, lo que les otorga ventajas:

- Se integran en las cadenas de compra y venta europeas, buscando el producto más barato y el consumidor idóneo,
- Por el volumen de sus compras pueden presionar al productor para que les ofrezca productos más baratos o sistemas de financiación óptimos.

c) Centros comerciales y de ocio

Grandes áreas en las que se integran Hipermercados con otras empresas de más pequeño tamaño y oferta complementaria, y con empresas dedicadas al ocio (cines, restaurantes, etc...), buscando convertirse en lugares donde el comprador encuentre todo lo que necesita, incluidos los servicios necesarios para hacer más agradable su tiempo de compra, y donde el tiempo de ocio se mercantiliza.

Estas nuevas formas comerciales deben su éxito a una serie de cambios:

a) El aumento de la renta de los españoles ha producido un cambio en los hábitos de consumo:

- Los alimentos ocupan cada vez un menor porcentaje del gasto familiar.
- Los bienes elaborados, por el contrario, ocupan mayores porcentajes.
- La calidad se establece como criterio básico de elección del producto.

b) Una relocalización de los consumidores:

- Salidas de los cascos antiguos de las ciudades hacia los barrios periféricos.
- Densificación de los barrios dormitorio de las ciudades.
- Localización de zonas residenciales en las afueras de las ciudades.

c) Reducción del tiempo y la frecuencia de la compra,

C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).

Por las nuevas formas de trabajo (horarios flexibles, turnos, incorporación de la mujer al mundo laboral, etc...), la motorización de la sociedad española y la utilización masiva de nuevos electrodomésticos (el congelador).

d) La utilización de nuevas formas de crédito (tarjetas de crédito, monedero electrónico, créditos sobre la nómina, etc...) Facilitan el consumo y agilizan la demanda.

Además, se han producido también cambios en la oferta

- La estandarización del producto y la sustitución de la venta “al granel” por el envasado, en el que un etiquetado cada vez más exhaustivo y controlado garantiza la calidad. En este sentido, la creciente importancia de “las marcas” se entiende también como una garantía de calidad.
- El encarecimiento de la mano de obra, que obliga a la utilización de más espacio de oferta, para aumentar la productividad por trabajador y su sustitución por tecnología (sistemas de control del robo, códigos de barras, sistemas de control de los stocks, armarios dispensadores, grandes expositores, etc...).
- La aparición de nuevas formas empresariales tendentes a abaratar el precio rebajando el coste de origen. Se trata del redimensionamiento empresarial (aumento de tamaño) para presionar al productor, ante la importante venta que va a realizar, para que abarate el precio u ofrezca una buena financiación.

Este hecho se traduce en que el dominio de la distribución comercial en España se encuentra en posesión de muy pocas compañías, fundamentalmente empresas que trabajan el formato del hipermercado y supermercado. En este sentido, las primeras compañías del ranking de la distribución comercial en España lo ocupan básicamente empresas de hipermercados y supermercados.