
GEOGRAFIA COMERCIAL DE ESPAÑA

MELILLA



Todas las fotos que ilustran este trabajo están realizadas en Melilla.

Para analizar el funcionamiento y las perspectivas de los sectores de distribución y comercialización en Melilla hay que tener en cuenta las características geográficas de la ciudad, que, aún siendo española, se encuentra aislada en el norte de África. El territorio tiene una escasa extensión, 12,33 Km², de los cuales un 45% está ocupado por el núcleo urbano.

Las comunicaciones con la península se realizan por barco a través de una línea regular de la compañía Transmediterránea, que la conectan con Málaga (114 millas) y con Almería (97 millas) en días alternos, y con el servicio de Marítima Peregara, que la une diariamente con el puerto de Málaga para el tráfico de mercancías transportadas en vehículos pesados. También existe una conexión con el puerto de

Algeciras para petróleos y un tráfico regular de contenedores que llegan desde el centro de Europa y otros desde Extremo Oriente, que son transbordados desde Algeciras. El resto de sus relaciones comerciales se establecen con las poblaciones de su entorno más inmediato, aunque en algunas ocasiones su influencia no se quede sólo en sus vecinos más cercanos, sino que alcance emplazamientos de África central y Oriente Medio.

En definitiva, es evidente que si para cualquier estudio económico lo primero que hay que mirar es el medio físico en el que está inmerso el objeto de análisis, en el caso de Melilla este factor se convierte en un condicionante de primera magnitud. En este sentido, la ciudad tiene unas relaciones de interdependencia con las regiones más

próximas que marcan todas sus actividades y determinan su estructura económica y comercial. Por este motivo hay que tener en cuenta siempre las singulares características estructurales del sistema económico de la región circundante que han hecho posible que Melilla se convierta en un proveedor privilegiado de bienes de primera necesidad y de consumo para toda la región. El radio de influencia de la actividad comercial se extiende por todo el Magreb y sobre todo por Marruecos.

A este elemento clave hay que añadir la específica regulación económico-fiscal que ha conservado incluso tras la integración de nuestro país dentro de la Unión Europea. Melilla, a efectos aduaneros, es un puerto franco, lo que significa que las mercancías pueden entrar y salir libremente de su territorio.

Asimismo, aunque está en vigor el sistema tributario español, se han establecido algunas modificaciones entre las que se encuentra la exclusión en la aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el establecimiento de un arbitrio municipal que grava la producción y la importación de productos. Por este concepto, el Ayuntamiento de la ciudad recauda aproximadamente 5.000 millones de pesetas al año. Una cantidad que permite al Ayuntamiento tener una de las haciendas locales más saneadas de España.

A efectos comunitarios, Melilla tiene un status especial que es aceptado por los habitantes de la ciudad. No están incluidos en la Unión Aduanera Comunitaria, ni en el régimen comercial, ni en la política fiscal. También se han quedado fuera de la Política Agrícola Común (PAC) y de la Política de Pesca Comunitaria. Sí tienen acceso, en cambio, a los Fondos estructurales como FEDER, FEOGA y Fondo Social Europeo.

SISTEMA ECONOMICO

El primer factor a analizar es la pirámide de población. A lo largo de este siglo, Melilla ha pasado por tres fases muy diferenciadas. La primera se establece en la primera mitad, es decir, hasta los años 50, con una fuerte expansión demográfica. La ciudad pasó de tener 10.000 habitantes a más de 76.000. A partir de ese momento, y hasta 1981, la población disminuyó considerablemente y perdió 23.000 habitantes debido a diversos flujos migratorios.

Desde 1981 la tendencia se ha invertido y en la actualidad cuenta con unos 74.000 habitantes, si bien es verdad que este aumento de población se debe fundamentalmente al dinamismo demográfico de la población de origen musulmán, tanto por los asentamientos dentro de la ciudad como por su mayor tasa de natalidad.

En segundo lugar, cabe destacar que el valor añadido bruto de Melilla (ver cuadro) ha crecido por encima de la media nacional en épocas de crisis y



por debajo en los momentos de expansión. La explicación de este comportamiento está en que el principal agente económico de la ciudad son las administraciones públicas que han actuado como colchón en los momentos malos, pero también como freno en los buenos. A lo largo de estos últimos años, la economía melillense ha ido perdiendo peso en relación con el conjunto nacional. En 1983, suponía el 1,119% del total, mientras que en 1991 se quedó en el 0,101%.

La productividad, medida en términos de producción por habitante en la ciudad respecto de la nacional, ha experimentado una continua disminución. En el mismo período, 1983-91, pasó de un porcentaje del 83,3 al 69, lo que significa que la productividad en Melilla está 30 puntos por debajo de la media nacional y casi 50 con respecto a la comunitaria.

La tasa de desempleo es también superior a la media nacional. En 1991 esta tasa se situó en el 25,1% de la población activa, mientras que en el resto de España era de un 17%. En 1994 la tasa de desempleo en Melilla fue de un 28,2% y en el conjunto de España se estableció en un 23,8%.

UNA CIUDAD DE SERVICIOS

Los dos motores que hacen girar la economía melillense son la administración y el comercio. En 1989, la primera generó un valor añadido bruto de un 32,9% y el segundo de un 15,4%. A continuación, con un peso muy inferior, están la construcción y la industria. De tal forma, la base económica de Melilla, tanto en lo que se refiere al valor añadido como al empleo, está centrada en el sector servicios. Este sector representa más del 85% de la economía de la ciudad y en él se incluyen todas las actividades que no están vinculadas a la producción de bienes tangibles como son: administración pública, turismo, servicios financieros y comercio.

En el caso del empleo, en 1994 el 91,3% de los trabajadores se encuadraban en el sector servicios. En cifras absolutas, 13.236 ocupados sobre un total de 14.500.

En cuanto a las estructuras empresariales, a finales de 1994 había en Melilla un total de 1.384 empresas de "servicios", en las que trabajaban 6.871 empleados, con una media de cinco trabajadores por empresa.

CUADRO Nº 1
POBLACION Y EMPLEO EN MELILLA

| AÑOS | POBLACION DE DERECHO | EMPLEO OCUPADOS | TASA DE PARO |
|------|----------------------|-----------------|--------------|
| 1985 | 55.697 | 14.935 | 16,6 |
| 1987 | 56.661 | 15.385 | 16,7 |
| 1989 | 55.982 | 14.884 | 30,8 |
| 1991 | 56.600 | 15.295 | 25,1 |

FUENTE: Proyecto Melilla, S.A.

CUADRO Nº 2
APORTACIONES SECTORIALES RELATIVAS AL V.A.B. EN MELILLA (%)

| | 1985 | 1987 | 1989 | 1991 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGRICULTURA | 0,72 | 0,67 | 0,38 | 0,35 |
| INDUSTRIA | 5,95 | 5,24 | 5,90 | 5,79 |
| CONSTRUCCION | 5,56 | 6,03 | 7,54 | 7,90 |
| SERVICIOS | 87,77 | 88,06 | 86,18 | 85,96 |
| TOTAL | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

FUENTE: Fundación FIES.

CUADRO Nº 4
ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL SECTOR DE SERVICIOS

| SECTOR | NUMERO EMPRESAS | NUMERO TRABAJADORES |
|----------------------------|-----------------|---------------------|
| COMERCIO AL POR MAYOR | 126 | 361 |
| RECUPERACION DE PRODUCTOS | 2 | 2 |
| INTERMEDIACION DE COMERCIO | 10 | 15 |
| COMERCIO AL POR MENOR | 478 | 1.048 |
| RESTAURANTES Y CAFES | 209 | 391 |
| HOSTELERIA | 15 | 118 |
| OTROS | 544 | 4.936 |
| TOTAL | 1.384 | 6.871 |

FUENTE: INSS.

El aspecto más destacable de la estructura empresarial del sector servicios es que el mayor contratador es la administración pública. Entre administración, defensa, seguridad social y otras empresas que desarrollan su actividad en servicios públicos, indirecta-

CUADRO Nº 3
V.A.B. PER CAPITA (EN PESETAS CORRIENTES)

| AÑOS | MELILLA VAB PER CAPITA | % SOBRE MEDIA NAL. | ESPAÑA VAB PER CAPITA | UNION EUROPEA VAB PER CAPITA | % MELILLA S/ MEDIA UE |
|------|------------------------|--------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|
| 1983 | 501.689 | 84,55 | 593.366 | N.D. | N.D. |
| 1985 | 636.736 | 86,92 | 732.595 | 1.040.618 | 61,19 |
| 1987 | 774.567 | 81,90 | 945.744 | N.D. | N.D. |
| 1989 | 874.067 | 73,01 | 1.197.251 | 1.604.894 | 54,46 |
| 1990 | 941.560 | 70,78 | 1.330.350 | N.D. | N.D. |
| 1991 | 1.012.367 | 69,54 | 1.455.731 | 1.902.916 | 53,20 |

FUENTE: Servicio de estudios del BBV. Renta Nacional de España y su distribución provincial.

mente sostenidos por la administración, se encuentra más del 50% de los empleados del sector terciario.

En definitiva, más del 50% de la actividad del sector servicios de Melilla, que en su conjunto supone entre el 85 y el 90% del valor añadido de la ciudad, no es productiva. Es evidente que este factor condiciona de forma poderosa el movimiento económico de la ciudad. Además, configura un sistema en el que la iniciativa de la sociedad civil está relegada a un segundo plano frente a la administración, que es el agente principal que regula todas las actividades.

EL COMERCIO, PRIMERA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

Melilla, como puerta privilegiada del Magreb con Europa, ha contado siempre con un comercio importante, que tras pasaba la situación habitual de todas las ciudades fronterizas. De hecho, el comercio ha sido siempre la principal actividad productiva de Melilla. En la actualidad, tras el cierre de las pequeñas industrias, como las conservas, se ha convertido en prácticamente la única actividad, si exceptuamos la construcción, sector al que se le ha dado un fuerte impulso en los últimos años. El flujo comercial en Melilla nos demuestra su vocación exportadora, ya que para el consumo interno supone un 42% del gasto y la exportación absorbe el 58% restante.

El comercio asumió en 1994 el 20% del empleo del conjunto del sec-

tor servicios, lo que supone más de un 18% del total de la ciudad. Por otra parte, este subsector ha ejercido un importante efecto de arrastre sobre los demás: asesorías legales, fiscales, consignatarios de buques y agentes de aduanas, agencias de transporte y servicios financieros.

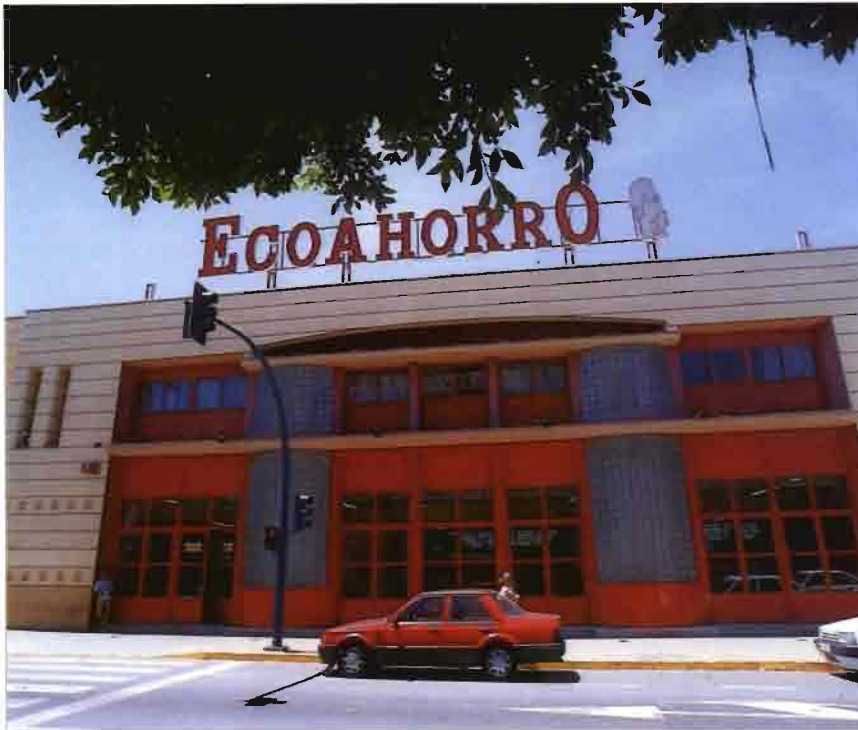
La estructura de la actividad comercial en Melilla puede resolverse en dos grandes grupos, integrados respectivamente por los establecimientos mayoristas y los minoristas. La actividad principal de los mayoristas es la de importación de mercancías para su distribución al mercado local y reexportación a otros destinos. Alrededor del 60% de las mercancías que entran en Melilla a través del puerto de la ciudad se reexpiden a Marruecos, quedando parte en este país y viajando el resto hacia otros destinos, de los que el principal es Argelia.

Por tanto, sólo el 40% de las mercancías que llegan a Melilla se destinan a cubrir la demanda interna de la ciudad, revelando que la faceta más importante de la actividad comercial es, precisamente, la de intermediación entre los países de origen de las mercancías y sus destinos finales.

Las principales razones que sustentan este posicionamiento comercial de Melilla son las siguientes:

a) La región del Magreb en general, y la que circunda a Melilla en particular, presenta un fuerte desabastecimiento de bienes de primera necesidad y de consumo, que no se producen en sus países.





**CUADRO Nº 5
COMERCIO
AL POR MENOR EN MELILLA**

| ACTIVIDAD | Nº ESTABL. |
|--|--------------|
| PRODUCTOS ALIMENTICIOS/BEBIDAS/TABACO | 645 |
| PRODUCTOS FARMACEUTICOS DROGUERIA/PERFUMERIA | 161 |
| TEXTIL/CONFECCION/CALZADO | 323 |
| EQUIPAMIENTO HOGAR ELECTRODOMESTICOS | 177 |
| VEHICULOS MANTENIMIENTO/COMBUSTIBLES | 133 |
| LIBROS/PAPELERIA JUGUETES/DEPORTES | 79 |
| HIPERMERCADOS | 1 |
| AUTOSERVICIOS | 94 |
| OTROS COMERCIOS AL POR MENOR | 102 |
| TOTAL | 1.715 |

FUENTE: Cámara de Comercio de Melilla.

b) Marruecos ha sufrido una tradicional escasez de divisas, dedicando las disponibles a la importación de bienes de equipo necesarios para el desarrollo de la capacidad productiva del país y restringiendo las destinadas a cubrir necesidades de consumo, que incluso llegaron a prohibirse.

c) Marruecos ha presentado en el pasado unas fuertes barreras arancelarias que, en virtud de la adhesión del país al tratado de libre comercio del GATT, del establecimiento de acuerdos comerciales con la UE y de la aprobación de la Ley de Comercio Exterior en 1992 han comenzado a desarmarse. Como la entrada de las mercancías procedentes de Melilla se produce de forma irregular y ajena al trámite aduanero convencional, estas mercancías se ven favorecidas por el diferencial derivado del impago de los aranceles.

d) Las entidades de crédito marroquíes no cuentan con una reconocida solvencia en el ámbito internacional que las habilite para desarrollar una actividad de intermediación comercial. Sin embargo, las españolas son reconocidas a tal efecto en cualquier país, de forma que constituyen un canal idóneo para establecer el apoyo financiero a la actividad comercial.

e) Finalmente, las mercancías que proceden de España y los demás países de la UE, que representan más del 60% del total, se benefician de la exacción del IVA al no estar Melilla integrada en la Unión Aduanera. Como el tipo del IVA es del 16% para la mayor parte de los productos y el arbitrio los grava en promedio con el 6% de su valor, se genera un diferencial en precio.

No obstante, este diferencial también podría generarse en Marruecos en el instante en el que los tipos arancelarios se sitúen por debajo del IVA. Este hecho, si se mantiene el ritmo de desarme arancelario impuesto por las autoridades marroquíes, se producirá en el corto plazo.

De tal forma, se pone de manifiesto que la mayor parte de los factores que determinan el posicionamiento del subsector comercial melillense como intermediario no proceden de su importación competitiva ni del contexto legal de la ciudad, sino más bien de aspectos más o menos coyunturales de la realidad económica de Marruecos.

Expresado en otros términos, la ventaja comparativa del comercio melillense se basa hoy en día en factores que escapan al control de los agentes de la ciudad.

**CUADRO Nº 6
COMERCIO
AL POR MAYOR EN MELILLA**

| ACTIVIDAD | Nº ESTABL. |
|-------------------------------|------------|
| ALIMENTACION/BEBIDAS/TABACO | 128 |
| TEXTIL/CONFECCION/CALZADO | 52 |
| FARMACIA/DROGUERIA/PERFUMERIA | 35 |
| LIBROS/PAPELERIA/JUGUETES | 17 |
| MAQUINARIA/ELECTRONICA | 57 |
| INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO | 44 |
| OTRO COMERCIO AL POR MAYOR | 103 |
| TOTAL | 436 |

FUENTE: Cámara de Comercio de Melilla.

Cabe concluir, por tanto, que el comercio en Melilla se comporta como un sector más bien arrastrado por la demanda que empujado por la oferta. Las técnicas comerciales de los importadores son muy sencillas. La mayor parte de ellos tiene el grueso de su capital invertido en el inventario de mercancías, que hace rotar varias veces al año con márgenes reducidos. Su estructura comercial es exigua, contando el "importador tipo" con uno o dos empleados y un almacén que utiliza



para recibir las mercancías y distribuirlas a los que se encargan de hacerlas pasar la frontera y llegar a sus destinatarios al otro lado de la misma.

La venta no se produce en virtud de una acción promocional o de su estrategia comercial que la sustente, sino más bien en virtud de las relaciones personales del importador al otro lado de la frontera. A este respecto, es de destacar que con frecuencia se entregan las mercancías en depósito, siendo pagadas una vez que el destinatario la ha vendido.

El importador típico es el exclusivista, que hace llegar a la ciudad las gamas de productos de uno o varios proveedores, distribuyéndolos tanto dentro de la ciudad como fuera de la misma. En muchos casos, los importadores presentan una cierta integración vertical, al contar con uno o varios establecimientos de venta al detalle.

En cuanto al comercio minorista en Melilla, su estructura está dominada por establecimientos de tipo tradicional en los sectores de alimentación y bebidas, y de equipamiento para el hogar, con una destacada presencia en términos relativos de los bazares y de las joyerías.

El tejido del comercio al por menor destaca por la práctica inexistencia de modernas prácticas comerciales, como son las franquicias o los hipermercados, tipologías representadas por un único establecimiento cada una.

TENDENCIAS A CORTO PLAZO

En el sector servicios en general y el comercio en particular se camina inexorablemente hacia una modernización que permita aumentar la competitividad de la oferta y la satisfacción de la demanda en los términos que se manejan en la actualidad.

Por poner tan sólo algún ejemplo, la sociedad actual cada vez da más importancia a la disponibilidad y cualificación de los recursos humanos, de tal manera que puedan prestar de forma correcta los servicios que desarrollan. Dado el contacto directo con



clientes, la formación y la cualificación es uno de los valores en alza.

Mejorar la calidad de vida es también una de las aspiraciones de todos los residentes de la ciudad y de los visitantes que acuden por negocios o por lo que suele seguir siendo un reclamo habitual, que son las juras de bandera de los españoles que hacen el servicio militar en Melilla. Por este motivo, la diversificación y cualificación de las actividades de ocio, transporte, comercio y equipamiento ocupan un papel fundamental en la demanda de los ciudadanos.

Al mismo tiempo, se va notando la necesidad de incrementar la incorporación de nuevas tecnologías que mejoren la agilidad de los servicios y de los

métodos de gestión. Todo ello combinado con la mejora de las infraestructuras de transporte, distribución y comunicaciones para que adquieran una mayor eficacia.

En el caso de Melilla, otra de las tendencias constatadas indica que se plantea la reubicación de los servicios en ambas direcciones: por un lado para acercarlos a los ciudadanos y por otra parte para alejar alguno de los centros de almacenamiento del casco urbano, mediante la construcción de polígonos industriales que están actuando como activadores del sector de la construcción. En este caso, las singulares características de la ciudad son un tremendo escollo debido a la falta de disponibilidad de suelo.



En el sector comercial específicamente las tendencias generales apuntan hacia una mayor exigencia de calidad de los consumidores, que derivan en una mayor especialización de los comercios minoristas.

Por su parte, la distribución va hacia estructuras más complejas y aumenta la importancia de los centros de almacenaje en zonas de actividades logísticas que permiten mantener la competitividad a través del abaratamiento de los costes y por lo tanto de los precios.

MODERNIZAR LAS ESTRUCTURAS

Si nos fijamos en el contexto legal

en el que se mueve la actividad económica en Melilla, la orientación más clara es la que consolida el sector servicios, especialmente en el ámbito comercial. La no integración en la Unión Aduanera ha mantenido un diferencial en los precios de las mercancías que se venden en la ciudad, aunque esta ventaja se encuentra un tanto atenuada por el Arbitrio Municipal.

En este sentido, los precios de venta al público más bajos han contribuido de forma esencial al florecimiento del comercio en la ciudad.

La mayoría de las empresas que se dedican al comercio son de carácter familiar, incluso la importadoras que mueven gran cantidad de millones de pesetas. Este factor origina una falta de

cualificación profesional que no está compensada por la incorporación de técnicos especializados.

El nivel competitivo de la ciudad es bajo debido a la falta de innovación que se observa en la actividad comercial. Por ejemplo, no se han introducido las prácticas modernas de franquicia, el servicio incorporado o la gestión de fondos de maniobra negativos.

Las prácticas modernas de organización y gestión empresarial no están prácticamente desarrolladas. En el sector comercial no se han incorporado, ni total ni parcialmente, los avances de gestión logística y financiera. Los empresarios no contemplan estas técnicas entre sus objetivos prioritarios.

El nivel de asociacionismo es aceptable y funciona, de forma estable, la Asociación de Comerciantes de Melilla (A.CO.ME.). Además, en la Confederación de Empresarios de Melilla (CEME) están integradas todas las asociaciones patronales.

Al mismo tiempo, la mayoría de los importadores/mayoristas cuentan con establecimientos de venta al detalle. Sin embargo, no existe, en la mayoría de los casos, colaboración entre ellos.

Como ya se ha indicado anteriormente, las mercancías llegan a la ciudad por vía marítima, lo cual dificulta los flujos de material y productos. A pesar del inconveniente de la extrapensularidad, Melilla tiene un transporte que resulta operativo y satisfactorio.

El subsector comercial melillense no sólo cubre la demanda interna, sino que el 60% de su actividad se dirige a los mercados exteriores.

En primer lugar está el marroquí y en segundo el argelino. No parece que la posición competitiva que ocupa Melilla a la hora de exportar sea fruto de un trabajo de diseño y planificación de sus empresarios. De todos modos, hay que reconocer que éstos han sabido aprovechar su situación geoeconómica para realizar buenos negocios con sus vecinos y con los países africanos.

La oferta que presenta el subsector comercial está muy diversificada en lo que se refiere a productos de primera necesidad y de consumo.



Melilla



De este modo pueden satisfacer la demanda interna y externa con regularidad. La falta de una demanda sofisticada ha dado lugar a que no se diversifique la oferta sobre otro tipo de mercancías.

Las técnicas comerciales de promoción se realizan de forma tradicional y el precio sigue siendo el argumento más utilizado para la venta de los productos. Los empresarios no tienen la iniciativa de la oferta comercial, sino que el mercado se mueve a expensas de la demanda de los compradores.

Por este motivo es difícil introducir nuevos productos no conocidos por los consumidores, lo que significa que existe un mercado potencial sin cubrir por falta de nuevas técnicas de marketing y promoción.

La escasa dimensión de las empresas condiciona su capacidad financiera para afrontar retos en el terreno comer-

cial. Una excepción puede ser la de los grandes importadores. Sin embargo, debido a los escasos márgenes comerciales y a las prácticas de venta, que suelen incluir la financiación de las ventas a sus clientes, la actividad comercial genera poco valor como para formar grandes masas de capital que tengan capacidad para financiar proyectos de mayor envergadura.

Melilla ha sido y sigue siendo una exportadora neta de capital, que una vez generado no se destina a financiar inversiones en la ciudad. Las actuaciones en materia legal han favorecido normalmente al sector servicios, especialmente al comercio, que siempre ha estado muy protegido por las administraciones públicas. El Ayuntamiento tiene en marcha un programa de actuaciones denominado Proyecto Melilla, S.A. (PROMESA), para facilitar ayudas con la cofinanciación de la Unión

Europea. Las ayudas, se destinan principalmente al sector de la construcción y de los servicios.

En cuanto al ámbito institucional, en este momento se está redefiniendo gracias a la aprobación del Estatuto de Autonomía, que dará lugar a un mayor protagonismo de las autoridades locales. La baza fundamental con la que pueden jugar es la que otorga a Melilla la capacidad de ser puerta y bisagra de las relaciones entre la Unión Europea y el Magreb. Por último, puede decirse que en el área la competitividad del comercio es alta y lo mismo ocurre con el área de comercialización. Sin embargo en lo que se refiere al capital humano, gestión empresarial e infraestructura productiva, la competitividad todavía es baja. □

Este informe ha sido elaborado con los datos aportados por la sociedad Proyecto Melilla S.A., dependiente del Ayuntamiento de Melilla.