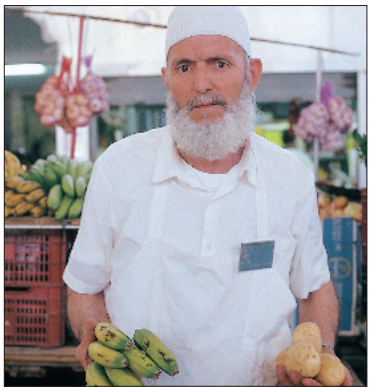


Geografía comercial de España

Melilla

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Profesor de la Facultad de Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

La estructura económica de Melilla es diferente a la de otras regiones españolas. Esto es, los servicios suponen cerca del 90% tanto del VAB como del mercado de trabajo mientras que, por ejemplo, en el conjunto del país la participación sectorial está próxima al 60%. Al mismo tiempo, la actividad comercial de esta ciudad se articula como el eje que facilita el abastecimiento de bienes y servicios a los consumidores residentes y a los visitantes de poblaciones cercanas a Marruecos.

En consecuencia, en este trabajo se presenta una aproximación al sistema distributivo de Melilla analizado desde la perspectiva de la demanda y la oferta. Así, en primer lugar se incluyen unas notas generales sobre la situación económica en referencia al conjunto del país. A continuación, se resaltan las principales características demográficas y su influencia en términos económicos sobre la demanda. Por último, se estudia el equipamiento comercial diferenciando entre el comercio mayorista y el comercio minorista.

SITUACIÓN ECONÓMICA DE MELILLA

La economía de Melilla aporta en torno al 0,13% en el PIB nacional mientras que su población supone un 0,15% en el conjunto del país y, por tanto, atendemos a una situación distinta en relación con otras regiones españolas y con el conjunto del país que dificulta, en ocasiones, la comparación de algunas variables.

La situación económica local ha estado muy influenciada durante las cuatro últimas décadas por la evolución de la población: durante el periodo 1960-1996 la población de derecho melillense descendió un 25,71% (Fundación BBV, 1997). Por tanto, estos descensos demográficos se han traducido en progresivos incrementos de la ratio PIB/habitante hasta que en 1985 se alcanzan niveles cercanos a la media española. Durante los años 1995-2000 el PIB/habitante ha mostrado, con respecto a la media nacional, una tendencia descendente hasta situarse al final del periodo en un índice de 85,18 (FUNCAS, 2001).

La composición sectorial de la economía melillense recoge las características particulares de la ciudad autónoma: localización geográfica y aislamiento físico respecto a la Península, reducida superficie, insuficiencia de medios de transporte, elevada densidad poblacional y carencias de servicios estratégicos como telecomunicaciones, energía o agua.

En este sentido, la agricultura y la ganadería no cuentan con espacios para desarrollarse y la pesca es la única actividad que participa en el sector primario. El sector industrial también está

CUADRO Nº 1

VALOR AÑADIDO BRUTO (VAB), EMPLEO Y PRODUCTIVIDAD EN MELILLA (TASAS DE VARIACIÓN 2000/1999)

	AGRICULTURA Y PESCA			INDUSTRIA			CONSTRUCCION		
	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD
MELILLA	3,17	2,00	1,15	3,16	0,91	2,23	8,45	6,42	1,91
ESPAÑA	3,33	0,48	2,84	4,86	2,60	2,20	9,79	7,01	2,60
DIFERENCIA	-0,16	1,52	-1,69	-1,70	-1,69	0,03	-1,34	-0,59	-0,69

FUENTE: *Elaboración propia con datos de FUNCAS (2001)*

CUADRO Nº 2

RENTA FAMILIAR BRUTA DISPONIBLE (PODER DE COMPRA) EN MELILLA Y ESPAÑA

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
MELILLA	1.521.023	1.571.934	1.616.062	1.723.798	1.846.865	1.942.655
ESPAÑA	1.329.628	1.398.118	1.486.023	1.596.371	1.724.112	1.870.760
DIFERENCIA	191.395	173.816	130.039	127.427	122.753	71.895

FUENTE: *Elaboración propia con datos de FUNCAS (2001).*

muy limitado y se circunscribe a tareas muy concretas: en el año 2000, se cifraron en 124 las actividades industriales localizadas en Melilla con una especial significatividad de las industrias manufactureras (80), las industrias transformadoras de metales (28) y las industrias de extracción y transformación de minerales energéticos (10) (Fundación La Caixa, 2001).

En cuanto a la construcción, se ciñe a viviendas y alguna obra civil con financiación generalmente de fondos europeos –en el año 2000 estaban sujetos al IAE 412 actividades relacionadas con la construcción (Fundación La Caixa, 2001)–. Por último, las actividades de servicios tienen una importancia considerable ya que son mayoritarias las empresas que se dedican a satisfacer las necesidades de los consumidores locales -destacan especialmente comercio, transporte y comunicaciones-; al mismo tiempo, la vertiente pública del terciario también tiene una notable repercusión con un elevado número de empleados en las diferentes instituciones localizadas en Melilla.

En definitiva, se puede precisar que la agricultura y pesca suponen menos del 1% del VAB y del empleo –0,45% y 0,70%, respectivamente–; la industria tiene una participación en torno al 4% en el total de la producción y de los puestos de trabajo generados –de forma concreta, un 3,97% y 4,09%–; la construcción alcanza entre el 6% y el 7% tanto en el VAB como en el volumen de empleo –6,29% y 7,69%, respectivamente–; en consecuencia, los servicios vertebran la economía melillense con una participación de cerca del 90% en el VAB (89,27%) y del 87% en el mercado de trabajo (87,50% del empleo) (FUNCAS, 2001).

Por último, la revisión del mercado laboral aporta las siguientes notas particulares para Melilla:

–Durante el año 2000 la disminución del desempleo y la creación de empleo ha sido más significativa en la ciudad autónoma que a nivel nacional aunque, al mismo tiempo, la tasa de paro sigue estando cuatro puntos por encima de la media española.

–La tasa de desempleo femenina es muy superior a la masculina y, además, notablemente mayor a la registrada a nivel nacional.

–La tasa de paro entre la población más joven, de 16 a 24 años, es mucho más elevada en la economía local que en otras regiones españolas.

–Las oscilaciones en el mercado laboral son menos acentuadas que en el resto de España, tanto en crisis como en bonanza económica puesto que existe una continuidad de los puestos de trabajo por la vinculación con el sector público y por la especialización en negocios de abastecimiento a las economías residentes.

SERVICIOS			TOTAL SECTORES		
VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD
3,79	3,12	0,65	4,03	3,27	0,74
4,19	3,85	0,33	4,76	3,63	1,09
-0,40	-0,73	0,32	-0,73	-0,36	-0,35

LA INFLUENCIA DE LA DEMANDA EN LOS SERVICIOS COMERCIALES

La población de Melilla, conforme a las cifras de julio del año 2000, alcanza los 61.051 habitantes, un 0,15% del total nacional. El tamaño demográfico de Melilla ha experimentado importantes modificaciones puesto que, por ejemplo, desde 1970 hasta 1986 la población descendió un 13,97%, mostrando así una evolución contraria a la seguida por el conjunto nacional. Durante el periodo 1995-2000 el comportamiento demográfico melillense continua siendo dispar puesto que, si los incrementos poblacionales a nivel nacional son poco importantes (1,13%), en la ciudad autónoma se aproximan al 3,5%.

En consecuencia, el saldo vegetativo melillense, en referencia a la media nacional, está influenciado por una tasa de natalidad notablemente superior (16,83% frente a 9,58%) y por una tasa de mortandad significativamente inferior (6,28% frente a 9,40%).

Por otra parte, se advierte que existe un desequilibrio entre el número de hombres y el número de mujeres a favor de los primeros mientras que, en comparación con otras regiones, la tasa de nupcialidad es la más elevada de España (7,59 matrimonios cada 1.000 habitantes frente a 5,23 en el conjunto del país). Melilla también está entre las regiones españolas, junto con Andalucía y Murcia, que tienen una población más joven mientras que, además, cuenta con una menor presencia relativa de personas mayores de 65 años.

Los movimientos migratorios son relevantes en el análisis demográfico de la ciudad autónoma. Así, por ejemplo, en referencia al saldo migratorio interior, es decir entre las diferentes regiones españolas, durante el periodo 1990-1998 se atiende a un saldo positivo de 2.225 individuos; aunque se pueden observar situaciones dispares porque en 1997 el saldo fue de -216 personas mientras que en 1996 había sido positivo en 683 personas.

Por otra parte, en cuanto al efectivo de extranjeros residentes, se advierte un continuo crecimiento que ha supuesto, por ejemplo, que se haya pasado de 245 extranjeros residentes en 1990 a 3.038 en 1999 (INE, 2001).

En un estudio que elabora periódicamente la Fundación La Caixa (varios años) se cifra el gasto por habitante para Melilla en 432.764 pesetas por año y, por tanto, si se considera que hay 61.051 habitantes, el mercado potencial de esta ciudad autónoma alcanza los 26.420 millones de pesetas (unos 158 millones de euros). La importante dependencia que tiene la economía local de los Presupuesto Generales del Estado y el efecto redistributivo que estos conllevan hace que los índices relativos de renta familiar disponible per cápita se eleven en relación con las ratios del PIB/habitante-.

El cuadro nº 2 recoge la renta familiar bruta disponible, que se puede identificar con el poder de compra, para Melilla y España durante el periodo 1995-2000. Así pues, se observa como ha venido existiendo una diferencia favorable para Melilla.

En este sentido, las cifras de la Fundación La Caixa (2001) también indican que el nivel económico, el índice de la renta familiar disponible por habitante, para la ciudad autónoma es de 6 –entre 1.500.000 pesetas y 1.700.000 pesetas– mientras que para el conjunto del país alcanza un nivel de 5, entre 1.300.000 pesetas y 1.500.000 pesetas.

EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE MELILLA

El comercio, junto al transporte y las comunicaciones, son las principales actividades que se desarrollan en la estructura terciarizada de la economía melillense. Sin embargo, la localización geográfica distante de la Península y el déficit en los servicios de transporte su-

CUADRO Nº 3

COMERCIO MAYORISTA EN MELILLA

CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDADES (NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES)	Nª	%
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS; ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	149	33,40
TEXTIL, CONFECCIÓN, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO	55	12,33
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR	51	11,43
COMERCIO AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	98	21,97
COMERCIO AL POR MAYOR INTERINDUSTRIAL	11	2,46
OTRO COMERCIO AL POR MAYOR INTERINDUSTRIAL	43	9,64
OTRO COMERCIO AL POR MAYOR NO ESPECIFICADO	39	8,74
TOTAL	**446**	**100,00**
ACTIVIDADES MAYORISTAS MÁS IMPORTANTES SEGÚN EL IAE		
TODA CLASE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	51	
FRUTAS Y VERDURAS	16	
BEBIDAS Y TABACO	23	
OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, HELADOS...	37	
TEJIDOS POR METRO	20	
PERFUMERÍA, DROGUERÍA...	37	
VEHÍCULOS, MOTOCICLETAS...	41	
APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS	24	
APARATOS Y MATERIAL RADIOELÉCTRICO Y ELECTRÓNICO	37	
MATERIALES CONSTRUCCIÓN	38	
OTROS PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	21	
INTERMEDIARIOS DE COMERCIO	20	

FUENTE: Elaboración propia con datos de Fundación La Caixa (2001) y Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla (2001)

ponen que muchas de las actividades locales estén encaminadas al abastecimiento de las necesidades de los residentes.

En este sentido, el principal objetivo de las empresas de distribución se ciñe a ofertar todo aquello que pueden demandar los consumidores puesto que las posibilidades de elección fuera del entorno de la ciudad son inexistentes. Al mismo tiempo, otra nota característica del comercio melillense es el elevado volumen de importaciones que se realizan al año –se cuantifican en una tercera parte de su PIB– para abastecer a sus ciudadanos y, además, al área de influencia que ejerce sobre algunas localidades vecinas de Marruecos.

En el sistema de distribución de Melilla, además de abastecer a los residentes, hay otro objetivo claro: suministrar, tanto a su mercado como a otros, bienes característicos del sudeste asiático que gozan de ventajas en costes con respecto a los fabricados en el ámbito de la Unión Europea. Por tanto, en la estructura distributiva de la ciudad tiene una importancia especial la venta de productos electrónicos, fibras sintéticas, textiles, calzado y relojería con el atractivo adicional del régimen especial con que cuenta la ciudad autónoma en cuestiones fiscales (Comisión de las Comunidades Europeas, 1999).

Con carácter general, Melilla tiene un índice comercial de 250 –esto es, de cada 100.000 pesetas que se comercializan en el conjunto del país 250 se refieren a la distribución de esta ciudad–. La revisión del equipamiento comercial se ha planteado diferenciando el comercio mayorista y el comercio minorista. Por tanto, cuando se desglosa el índice comercial se observa que en el caso del comercio mayorista se alcanza un índice de 329 mientras que en el comercio minorista se cifra en tan solo 203; en consecuencia, puede hablarse de una importancia más significativa de la venta al por mayor.

COMERCIO MAYORISTA

La presencia en Melilla de actividades comerciales mayoristas, aquellas empresas que compran y venden en grandes cantidades orientando su oferta principalmente a detallistas y casi nunca al consumidor final, aparece resumida en el cuadro nº 3 donde, además, se plantea que existe una participación

CUADRO Nº 4

COMERCIO MINORISTA EN MELILLA

CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDADES (NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES)

	Nº	%
ALIMENTACIÓN	682	36,45
VESTIDO Y CALZADO	290	15,49
HOGAR	227	12,13
RESTO NO ALIMENTACIÓN	434	23,19
GRANDES ALMACENES	1	0,05
HIPERMERCADOS	1	0,05
ALMACENES POPULARES	1	0,05
COMERCIO AMBULANTE Y MERCADILLOS	49	2,61
OTRO COMERCIO MIXTO	186	9,94
TOTAL	**1.871**	**100,00**

SUPERFICIE DE VENTA

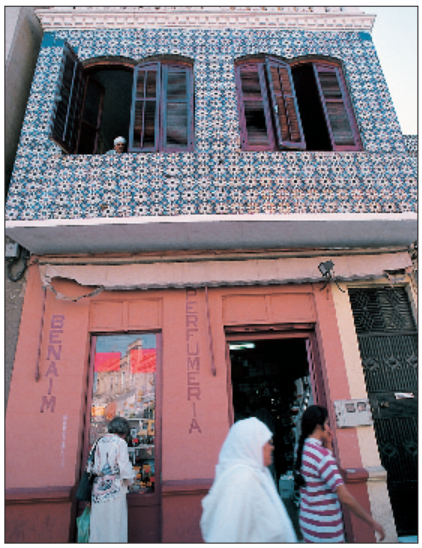
	SUPERFICIE (M²)	%
ALIMENTACIÓN	21.552	19,72
VESTIDO Y CALZADO	16.673	15,26
HOGAR	21.356	19,54
RESTO NO ALIMENTACIÓN	28.240	25,84
GRANDES ALMACENES	238	0,21
HIPERMERCADOS	6.500	5,94
ALMACENES POPULARES	697	0,63
OTRO COMERCIO MIXTO	14.002	12,81
TOTAL	**109.258**	**100,00**

PRINCIPALES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN

	CADENA	ESTABLECIMIENTOS		ANAGRAMA
		NÚMERO	SUPERFICIE	
GRUPO AHOLD - SUPERDIPLO S,A,	INDEPENDIENTE	3	3.640	SUPERSOL
GRUPO EROSKI - UDAMA, S,A,	INDEPENDIENTE	3	1.979	CONSUM
SOGORB E HIJOS, S,L,	INDEPENDIENTE	1	500	SOGORB
TOTAL		**7**	**6.119**	

FUENTE: Elaboración propia con datos de Fundación La Caixa (2001) y Alimarket (2001)

más significativa en las actividades relacionadas con el comercio al por mayor de materias primas; alimentación, bebidas y tabaco; de artículos de consumo duradero (muebles, electrodomésticos, aparatos electrónicos, ferretería,...); y de textil, calzado, confección y cuero.



COMERCIO MINORISTA

Las actividades minoristas de Melilla atienden a una doble orientación puesto que, por un lado, se centran en abastecer a los consumidores residentes y a los desplazados desde Marruecos a realizar algunas compras y, por otro, se dedican a la distribución de todo un conjunto de productos con los que tienen ventajas en precios respecto a zonas peninsulares.

El sistema de distribución comercial de Melilla se basa en establecimientos de pequeño y mediano tamaño aunque en esta ciudad autónoma también están instalados un hipermercado, un almacén popular y unos grandes almacenes; mientras que el hipermercado cuenta con las características de las grandes superficies que funcionan en la Península, las otras dos fórmulas comerciales son de reducidas dimensiones: 697 m^2 y 238 m^2, respectivamente.

La elevada participación del comercio ambulante y de los mercadillos es otra nota característica del comercio melillense: en la ciudad autónoma hay 8,60 licencias por cada 10.000 habitantes mientras que en el conjunto del país apenas se llega a las 6. Así, también como ejemplo, la información que aporta el IAE cuantifica el comercio fuera de establecimiento permanente en artículos textiles y confección en 30 actividades.

El cuadro nº 4 presenta una clasificación por actividades del comercio minorista en Melilla tanto por licencias comerciales como por superficie de venta. Destaca la participación en la distribución de alimentación (alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas) con un 36,45% de las licencias y un 19,72% de la superficie. Conforme a la información que aporta el IAE, el comercio de alimentación y bebidas en establecimiento con vendedor cuenta con 231 establecimientos; el comercio de frutas y verduras, con 143; el comercio de pescados, con 64; el comercio de carnicería, con 38; el comercio de pan, pastelería y confitería, con 24; y el comercio de masas fritas, con 23.

Por otra parte, hay que resaltar la presencia de resto de no alimentación (radio, televisión, discos, artículos de deporte, juguetes, instrumentos de música, fotografía,...) con un 23,19% de licencias y un 25,84% de la superficie. En este caso, puede hablarse de una especialización del mercado melillense en todos estos productos que generalmente son importados desde el sudeste asiático y que se comercializan aprovechando el mejor tratamiento fiscal con respecto a otras regiones. Según el IAE, el comercio de materiales y aparatos eléctricos cuenta con 83 actividades; el comercio de menaje, ferretería, adorno y regalo, con 78; y el comercio de juguetes y artículos y prendas deportivas, con 40.

Atendiendo a las cifras de la distribución organizada en alimentación, una sola empresa, Ahold, con 3 establecimientos consigue una cuota del 60% del mercado; mientras que el resto se lo reparten el Grupo Eroski –con tres establecimientos y una cuota de mas del 32.2%–; y Sogorb e Hijos, con un establecimiento y una cuota del 8,2%. En definitiva, las cifras sobre las principales empresas de distribución que funcionan en el mercado melillense indican que 7 establecimientos alcanzan 6.119 m^2 y, por tanto, su superficie media está en torno a los 874 m^2.

NOTAS FINALES

En este trabajo se ha realizado una revisión del sistema distributivo de Melilla destacando las principales notas desde la doble perspectiva de la demanda, especialmente las cuestiones demográficas y sus repercusiones sobre las variables económicas, y de la oferta, diferenciando comercio mayorista y comercio minorista.

La importancia de los servicios en la actividad económica, las variaciones demográficas, la necesidad de abastecer a los residentes, el atractivo comercial para algunas poblaciones cercanas de Marruecos o el suministro de productos del sudeste asiático a zonas peninsulares son algunas de las principales ideas que se han esbozado sobre los servicios de Melilla. ●

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO
Profesor de la Facultad de Económicas y Empresariales.
Universidad Complutense de Madrid.
vjmartin@ccee.ucm.es

BIBLIOGRAFÍA

ALIMARKET (2001): "Distribución, récord de aperturas", Alimarket, nº 138, marzo.

CASARES, J. y REBOLLO, A. (2000): Distribución Comercial, Segunda Edición. Civitas. Madrid.

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE MELILLA (2001): Dossier de estadísticas de Melilla. Mimeografiado. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Melilla.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1999): Melilla en la Unión Europea. Comisión de las Comunidades Europeas, Representación en España. Madrid.

FUNCAS (2001): "Nueva serie de magnitudes económicas regionales. Años 1995 a 2000", Cuadernos de Información Económica, nº 161, marzo-abril. Fundación de las Cajas de Ahorro Confederadas.

FUNDACIÓN BBV: Panorama del crecimiento económico 1960-1996. Fundación BBV. Bilbao.

FUNDACIÓN LA CAIXA (2001): Anuario Económico de España. Servicios de Estudios de Fundación La Caixa. Barcelona.

FUNDACIÓN LA CAIXA (varios años): Anuario Económico de España. Servicios de Estudios de Fundación La Caixa. Barcelona.

INE (2001): España en Cifras 2000. Instituto Nacional de Estadística. Madrid.

REBOLLO, A. (2000): "Geografía comercial de España. Distribución regional de la oferta y la demanda de servicios comerciales", Distribución y Consumo, nº 50, febrero-marzo.