



Geografía comercial de España

Ceuta

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Profesor de la Facultad de Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

La terciarización de las economías y la importancia relativa de las actividades comerciales son dos ideas que articulan muchos de los estudios actuales que se elaboran sobre las estructuras económicas regionales.

En el caso de Ceuta, estas dos notas encuentran una aplicación plena. Esto es, por una parte, las limitaciones geográficas y espaciales han estrangulado el desarrollo de la agricultura y la industria hasta reducirla a niveles insignificantes de tal manera que la economía ceutí ha tenido que especializarse en actividades del terciario para generar toda su riqueza y empleo. Por otra, el tratamiento fiscal favorable y la consideración de zona franca han encauzado, en incluso impulsado, a todo un conjunto de actividades relacionadas con los servicios comerciales.

El objetivo de este trabajo se ciñe al estudio específico del comercio en la ciudad autónoma de Ceuta. Así pues,

se plantean las principales ideas que concurren desde la doble perspectiva de los consumidores y de los oferentes y, además, se incluyen unas breves consideraciones iniciales sobre la situación económica.

SITUACIÓN ECONÓMICA DE CEUTA

Desde mediados de la década de los ochenta, la economía de Ceuta ha tenido un crecimiento relevante basado en la expansión de las actividades de servicios y en el buen comportamiento de la economía española. Así, por ejemplo, se advierte como en algunos años la tasa anual de crecimiento ceutí ha estado por encima de la lograda a nivel nacional y, en consecuencia, se iba minorando el diferencial existente en términos de producción por habitante. No obstante, desde la desaceleración económica de comienzos de los noventa, la economía de Ceuta ha atravesado por situaciones dispares –motivadas principalmente por la

progresiva integración de España en un mercado único– hasta lograr en estos momentos un crecimiento suave y sostenido aunque por debajo del umbral nacional (gráfico nº 1).

En consecuencia, la economía ceutí aporta en torno al 0,15% en el PIB nacional mientras que su población supone un 0,18% en el conjunto del país y, por tanto, aparece una clara situación diferencial de la economía local en relación con otras regiones españolas. En cuanto a la convergencia según poder de compra con la media española, Ceuta presenta un índice de 84,86 –por ejemplo, Asturias y Murcia tienen valores inferiores–.

La estructura sectorial otorga un papel primordial a las actividades del terciario que representan en torno al 89% del VAB y más del 87% sobre el empleo total. De este modo, las actividades industriales y la construcción suponen aproximadamente el 5% tanto en térmi-

CUADRO Nº 1

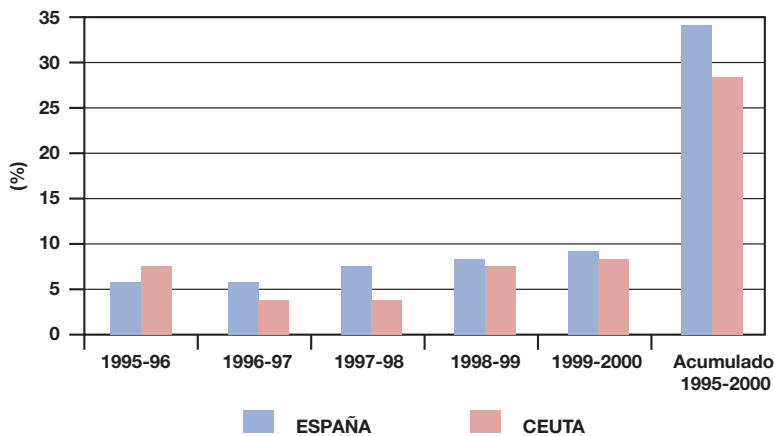
VALOR AÑADIDO BRUTO, EMPLEO Y PRODUCTIVIDAD EN CEUTA Y ESPAÑA
(TASAS DE VARIACIÓN 2000 SOBRE 1999, EN %)

	AGRICULTURA Y PESCA			INDUSTRIA			CONSTRUCCION		
	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD
CEUTA	1,99	1,29	0,69	3,20	0,99	2,19	8,84	7,77	0,99
ESPAÑA	3,33	0,48	2,84	4,86	2,60	2,20	9,79	7,01	2,60
DIFERENCIA	-1,34	0,81	-2,15	-1,66	-1,61	-0,01	-0,95	0,76	-1,61

FUENTE: Elaboración propia con datos de FUNCAS (2001)

GRÁFICO Nº 1

EVOLUCIÓN DEL PIB POR HABITANTE EN CEUTA Y ESPAÑA
(TASA DE VARIACIÓN A PRECIOS CORRIENTES)



FUENTE: Elaboración propia con datos de FUNCAS (2001)

nos de producción como de empleo y la partida de agricultura y pesca alcanza una participación insignificante en el VAB total -0,83%- y en el mercado de trabajo -1,36% de los empleos totales- (FUNCAS, 2001).

Así pues, en Ceuta se atiende a una distribución sectorial diferente a otras regiones españolas puesto que, además de la importante presencia relativa del sector público, las actividades del terciario -como, por ejemplo, los servicios portuarios- minoran la participación, por un lado, de la industria que

se limita a pequeñas empresas que cubren una demanda concreta y localizada -con la excepción de la producción y distribución de energía eléctrica, apenas existen industrias de una importancia mínima- y, por otro, de la construcción que se ciñe al abastecimiento de necesidades locales en cuanto a viviendas y algunos proyectos de obras civiles muy relacionadas con los fondos estructurales de la Unión Europea. El sector primario está orientado a la pesca puesto que la agricultura prácticamente es inexistente -la pesca es esen-



cialmente de bajura, con artes tradicionales y con limitación ante la escasa extensión de las aguas territoriales de la ciudad- (Comisión de las Comunidades Europeas, 1999). El cuadro nº 1 compara, desde la perspectiva sectorial, la evolución del VAB, empleo y productividad entre Ceuta y España.

Por otra parte, hay que señalar que la tasa de actividad en el mercado laboral de Ceuta es ligeramente inferior a la nacional -48,09% frente al 51,74%- y, además, el ritmo de creación de empleo también es menor al del conjunto de la economía española -conforme a las cifras del año 2000, 3.63% frente a 2.81%-; así, la tasa de paro es notablemente superior, en más de cinco puntos en el año 2000. Sin embargo, la elevada participación de las actividades del sector terciario actúan como estabilizador en el mercado de trabajo ceutí; esto es, aunque en épocas de auge eco-

SERVICIOS			TOTAL SECTORES		
VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD	VAB	EMPLEO	PRODUCTIVIDAD
3,83	2,60	1,20	4,02	2,81	1,18
4,19	3,85	0,33	4,76	3,63	1,09
-0,36	-1,25	0,87	-0,74	-0,82	0,09



CUADRO Nº 2

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

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
CEUTA	1.425.817	1.529.476	1588.534	1.656.574	1.777.810	1.905.413
ESPAÑA	1.329.628	1.398.118	1.486.023	1.596.371	1.724.112	1.870.760
DIFERENCIA	96.189	131.358	102.511	60.203	53.698	34.653

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

nómico el crecimiento del empleo es menor, los efectos del desempleo también son más reducidos porque los trabajadores encuentran continuidad laboral en las actividades de servicios; un efecto amortiguador que todavía es más acusado por la elevada participación relativa que tiene el empleo en las instituciones públicas.

LA INFLUENCIA DE LA DEMANDA EN LOS SERVICIOS COMERCIALES

La población residente en Ceuta ascendía a mediados del año 2000 a 73.097 habitantes, que representan el 0,18% del total de población española. Por tanto, la comparación con los residentes en 1995, que eran 69.800 habitantes, indica que la población de Ceuta ha aumentado un 4,72% durante el último lustro; un crecimiento que es notablemente superior al experimentado a nivel nacional que se cifra en poco más del 1%.

Así pues, el saldo vegetativo ceutí, en referencia a la media nacional, está influenciado por una tasa de natalidad notablemente superior -14,32% frente a un 9,58%- y por una tasa de mortalidad significativamente inferior -6,32% frente a 9,40%-. Además, se constata que existe un equilibrio entre el número de mujeres y el número de hombres y que la población, en comparación con otras regiones, presenta una edad media significativamente inferior: 33,4 años frente a 38,8 años.

La situación geográfica de este territorio concede una importancia especial a los movimientos de población (INE 2001). En este sentido, puede afirmarse que Ceuta actúa como receptora de población aunque resulta posible diferenciar dos situaciones:

-En referencia al saldo migratorio interior, es decir, entre las diferentes regiones españolas, no existe una tendencia

clara puesto que se alternan los valores positivos y negativos. El resultado del periodo 1990-1998 arroja un saldo positivo de 138 personas aunque hay que atender a situaciones tan heterogéneas como la entrada de 419 personas en 1998 o la salida de 395 en 1995.

-En cuanto al efectivo de extranjeros residentes, se advierte un comportamiento claro basado en un continuo crecimiento que ha supuesto, por ejemplo, que se haya pasado de 495 extranjeros residentes en 1990 a 3.439 en el año 1999. Así pues, existe una importante colonia de población extranjera residente, la mayoría de procedencia marroquí, seguida por el grupo hindú y el colectivo de la Unión Europea (Comisión de las Comunidades Europeas, 1999).

En un estudio que elabora periódicamente la Fundación La Caixa (varios años) se cifra el gasto por habitante para Ceuta en 374.580 pesetas por año y,

CUADRO Nº 3

COMERCIO MAYORISTA EN CEUTA**CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDADES (NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES)**

	N.º	%
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS; ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	137	32,15
TEXTIL, CONFECCIÓN, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO	66	15,49
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR	39	9,15
COMERCIO AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	84	19,71
COMERCIO AL POR MAYOR INTERINDUSTRIAL	14	3,28
OTRO COMERCIO AL POR MAYOR INTERINDUSTRIAL	32	7,51
OTRO COMERCIO AL POR MAYOR NO ESPECIFICADO	54	12,67
TOTAL	426	100,00

AUTOSERVICIOS MAYORISTAS

EMPRESA	NÚMERO	SUPERFICIE (M²)
ADASA	1	1.120
CASH&CARRY	1	900
CASH AND CARRY	1	987
HERMANOS MENDOZA	1	650
LÓPEZ GODINO	3	2.800

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

por tanto, si se considera que hay 73.097 habitantes, el mercado potencial de esta ciudad autónoma alcanza los 27.400 millones de pesetas (unos 165 millones de euros). Hay que tener en cuenta también que la importante dependencia que tiene la economía de Ceuta de los Presupuestos 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 los ratios del PIB/habitante.

El cuadro nº 2 recoge la renta familiar bruta disponible, que se puede identificar con el poder de compra, para Ceuta y España durante el periodo 1995-2000. Así pues, se observa como ha venido existiendo una diferencia favorable para Ceuta. En este sentido, las cifras de la Fundación La Caixa (2001) también indican que el nivel económi-

co –esto es, 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 CEUTA

Ceuta se ha convertido desde hace ya algunos años en un espacio eminentemente comercial apoyándose, entre otros factores, en la localización geográfica, la no aplicación del impuesto sobre el valor añadido tal y como funciona en la Península y la consideración de zona franca para la distribución de un gran número de mercancías.

Como principal consecuencia, el comercio ha aprovechado estas particularidades y ha dispuesto una oferta espe-



cializada en la venta de productos de imagen y sonido, perfumes, joyería o marroquinería con una participación muy significativa de las pymes comerciales que utilizan formas tradicionales de venta.

Con ello, el comercio de productos de importación, en gran parte provenientes de países europeos, constituía un atractivo comercial de la ciudad, dado el diferencial de precios existente con la Península. Un atractivo que, poco a poco, conforme el proceso de integración española se ha ido produciendo, va dejando de serlo hasta desaparecer en la práctica años más tarde.

Con carácter general, esta ciudad autónoma cuenta con un índice comercial de 243 –esto es, de cada 100.000 pesetas que se comercializan en el conjunto del país 243 se refieren a la distribución de Ceuta–. 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 342 mientras que en el comercio minorista se cifra en tan solo 183 (Fundación La Caixa, 2001); en consecuencia, puede hablarse de una importancia más significativa de la venta al por mayor.

COMERCIO MAYORISTA

La presencia en Ceuta de actividades comerciales mayoristas, aquellas empresas que compran y venden en grandes cantidades orientando su oferta

CUADRO Nº 4

COMERCIO MINORISTA EN CEUTA

CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDADES (NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES)				
		Nº	%	
ALIMENTACIÓN		629	35,53	
VESTIDO Y CALZADO		318	17,96	
HOGAR		235	13,27	
RESTO NO ALIMENTACIÓN		410	23,16	
ALMACENES POPULARES		6	0,33	
COMERCIO AMBULANTE Y MERCADILLOS		8	0,45	
OTRO COMERCIO MIXTO		164	9,26	
TOTAL		1.770	100,00	
SUPERFICIE DE VENTA				
		SUPERFICIE (M ²)		%
ALIMENTACIÓN		23.395		20,54
VESTIDO Y CALZADO		14.763		12,96
HOGAR		18.701		16,42
RESTO NO ALIMENTACIÓN		31.441		27,60
ALMACENES POPULARES		4.390		3,85
OTRO COMERCIO MIXTO		21.199		18,61
TOTAL		113.889		100,00
PRINCIPALES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN				
	CADENA	ESTABLECIMIENTOS		ANAGRAMA
		NÚMERO	SUPERFICIE	
GRUPO AHOLD	INDEPENDIENTE	8	5.014	—
- AHOLD SUPERMERCADOS MÁLAGA		7	3.164	COBREROS
- SUPERDIPLO		1	1.850	SUPERMOL
DOZHAI	EUROMADI	5	2.860	HNOS. MENDOZA
LOPEZ GODINO	UNIGRAS (IFA)	2	1.700	LOPEZ GODINO
TOTAL		15	9.574	

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

principalmente a detallistas y casi nunca al consumidor final, aparece resumida en el cuadro nº 3 donde, además, se plantea que existe una participación 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, electrodo-

mésticos, aparatos electrónicos, ferretería, ...); y de textil, calzado, confección y cuero.

Entre las formas de venta al por mayor, los autoservicios mayoristas tienen una repercusión especial en la estructura comercial de Ceuta. Esta fórmula comercial, denominada *cash and carry* en terminología anglosajona, se caracteri-



za por comercializar en régimen de autoservicio un surtido amplio de productos en pequeños lotes para minoristas o consumidores institucionales que pagan en el momento de la compra (Casares y Rebollo, 2000). Así, en Ceuta se localizan 7 autoservicios mayoristas que tienen una superficie total de 6.457 m².

COMERCIO MINORISTA

El cuadro nº 4 presenta una clasificación por actividades del comercio minorista en Ceuta tanto por licencias comerciales como por superficie de venta. Así, destaca la participación en la distribución de alimentación (alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas) con un 35,53% de las licencias y un 20,54% de la superficie.

Además, 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 23,16% de licencias y un 27,60% de la superficie. En este caso, puede hablarse de una especialización del mercado ceutí en todos estos productos que se comercializan aprovechando el mejor tratamiento fiscal con respecto a otras regiones y, sobre todo, la consideración de zona franca con la consiguiente minoración de aranceles y tasas fronterizas aunque con el proceso de integración de España en la Unión Europea esta ventaja relativa ha ido desapareciendo.

En consecuencia, conviene incidir en la reorientación particular de algunos



negocios que han abandonado la distribución de todos esos productos en los que anteriormente tenían ventajas con respecto a zonas peninsulares para centrarse en abastecer, por un lado, a los consumidores residentes, dada la importancia creciente del funcionariado, y, por otro, a los consumidores que se desplazan desde Marruecos a realizar compras con una frecuencia cada vez mayor.

El sistema de distribución comercial de Ceuta se basa en establecimientos de pequeño y mediano tamaño puesto que en esta ciudad autónoma no aparece instalada ninguna gran superficie con las características de las que operan en la Península. Las cifras sobre las principales empresas de distribución que funcionan en el mercado ceutí indican que 15 establecimientos alcanzan 9.574 m² y, por tanto, su superficie media está en torno a los 640 m².

Atendiendo a las cifras de la distribución organizada en alimentación, una sola empresa, Ahold, que cuenta con 8 establecimientos, consigue una cuota del 52.4%. El resto del mercado se lo reparten Hermanos Mendoza, con 5 establecimientos y una cuota de casi el 30%; y López Godino, que tiene 2 establecimientos y absorbe el 17,5% del mercado.

NOTAS FINALES

En este trabajo se han analizado los servicios comerciales en la ciudad autónoma de Ceuta. Así, en primer lugar, se han esbozado unas notas generales so-



bre la situación económica ceutí con referencias al conjunto del país. A continuación, se han resaltado las principales características demográficas y su influencia en términos económicos sobre la demanda. Por último, se ha estudiado el equipamiento comercial diferenciando entre comercio mayorista y comercio minorista.

Por tanto, parece claro que las peculiaridades geográficas, demográficas, sociales y culturales de Ceuta se traducen en la actividad económica de esta ciudad. Así pues, por ejemplo, el comercio cuenta con un tratamiento fiscal diferente, algunos productos tienen una exención plena de aranceles, el mercado potencial va incrementándose como consecuencia del continuo aumento en el número de residentes y se atiende a la reorientación de algunos negocios centrados ahora en el objetivo de abastecer a los residentes y a los consumidores que se desplazan desde Marruecos. ●

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.
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE CEUTA: (2001): *Análisis de la Distribución Comercial en Ceuta*, mimeografiado. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Ceuta. Ceuta.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1999): *Ceuta 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 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.