

DICTAMEN 4/2004, SOBRE “LA MEJORA COMPETITIVA DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE CEUTA”

Conforme a las funciones atribuidas al Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Ceuta en su Reglamento, aprobado por el Pleno de la Asamblea de la Ciudad Autónoma de Ceuta el 17 de abril de 1996 (B.O.C.CE. núm. 6, de 23 de abril) y según el procedimiento en el mismo establecido, el Pleno del Consejo Económico y Social en la sesión celebrada en el día de hoy, aprueba por unanimidad el siguiente

DICTAMEN

I.- ANTECEDENTES

I.- La Asamblea de la Ciudad Autónoma de Ceuta, reunida en sesión plenaria, decidió el día 10 de febrero de 2004 “dar conocimiento inmediato al Consejo Económico y Social de Ceuta, del contenido del plan de actuaciones para el sector comercial de Ceuta, elaborado por el Ministerio de Economía, a efectos de recabar su opinión sobre las medidas que en el mismo se propongan, así como para que el Consejo pueda añadir, en su caso, las aportaciones que los interlocutores presentes en el mismo estimen oportunas y adecuadas, al amparo de las competencias atribuidas en el artículo 5.2. del Reglamento del Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Asimismo acordó que, “a la vista del informe que elabore el Consejo Económico y Social de Ceuta, sobre el reiterado plan de actuaciones para el sector comercial de Ceuta, instar al Gobierno de la Ciudad y al Gobierno de la Nación, la instrumentación, puesta en marcha y ejecución de las medidas, fiscales o de cualquier otra naturaleza, que, incluidas en el Plan de Actuaciones e informadas favorablemente por el Consejo Económico y Social, o aportadas por el mismo, sean de su respectiva competencia.

En cumplimiento del acuerdo plenario de la Asamblea, la sociedad Procesa remitió el día 30 de marzo de 2004 una copia del “Estudio sobre la mejora competitiva del sector comercial en la Ciudad de Ceuta”.

La solicitud de dictamen fue trasladada a la Comisión de Trabajo de Economía y Fiscalidad y a la Comisión de Relaciones Laborales, Empleo y Seguridad Social, reunidas en sesiones conjuntas, por acuerdo de la Comisión Permanente, tomado en su reunión del día 28 de abril de 2004.

El estudio sobre “La mejora competitiva del sector comercial en la Ciudad Autónoma de Ceuta” se estructura de la siguiente forma:

Fase I y II: Análisis y Diagnóstico

- Introducción, en la que se exponen los motivos que llevaron a la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Economía a emprender acciones orientadas a atender el desarrollo y la competitividad del comercio en Ceuta.
- Desarrollo metodológico, se enumera el planteamiento metodológico del trabajo desarrollado, distinguiéndose las siguientes fases:
 - Análisis y diagnóstico.
 - Visión estratégica. Propuestas de actuación.
 - Plan de actuación.
- Análisis del entorno, subrayando aquellos aspectos diferenciales de la situación de Ceuta en relación con su entorno tales como; territorio, factores demográficos, formación, mercado de trabajo, equipamientos e infraestructuras y marco normativo.

- **Análisis marco competitivo, que a su vez se subdivide en:**
 - Demanda local.
 - Dimensionamiento del mercado marroquí.
 - Demanda turística.
 - Causas de los cambios en el mercado.
- **La situación del sector comercial:**
 - Actividad económica y tejido empresarial.
 - Sector comercial.
 - Visión de los comerciantes sobre la situación del sector.
 - Cambios en el sector comercial. La visión de los expertos.
- **Diagnóstico y conclusiones del mismo.**

Fase III: Plan de actuación

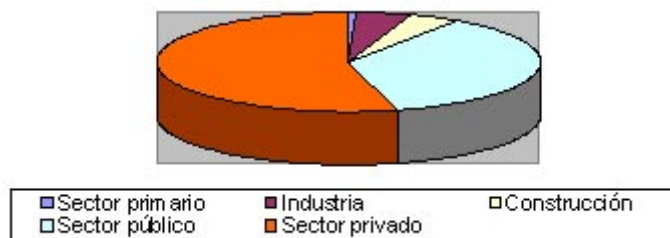
Donde se exponen los objetivos estratégicos y las propuestas de posicionamiento y segmentación.

La Comisión de Trabajo Conjunta de Economía y Fiscalidad y de Relaciones Laborales, Empleo y Seguridad Social, celebrada el día 12/07/04, elaboró la propuesta de dictamen.

II.- El estudio sobre la mejora competitiva del sector comercial en Ceuta obedece, en palabras de la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Economía, a la necesidad de reforzar y complementar las líneas de actuación emprendidas por esa Dirección General y, disponer de un plan de reconversión parcial del sector, cuya finalidad última es el desarrollo y competitividad del comercio en Ceuta, puesto que las conclusiones de los diferentes diagnósticos elaborados por las propias instituciones locales, venían reflejando una gran preocupación por la situación competitiva del sector y sus perspectivas de futuro.

En dichos diagnósticos y, entre otros factores, se aludía a la caída de la demanda en las tres vertientes principales existentes para el comercio en Ceuta (la demanda interna, la procedente del resto de España y la procedente de Marruecos), lo cual genera un exceso de la oferta comercial existente, al punto de afectar la viabilidad futura de parte de la misma a corto y medio plazo.

La estructura productiva ceutí se sustenta actualmente en el sector servicios, representando casi el 90% del Valor Añadido Bruto a precios básicos generado en la Ciudad en el 2003 (precios constantes de 1995). Y dentro del sector servicios el apartado privado supone el 60% del mismo, por lo tanto el comercio es un componente de la economía ceutí a tener en cuenta a la hora de analizar las expectativas locales de futuro.



III.- La evolución del sector comercial ha venido experimentando profundos cambios y transformaciones a lo largo de los últimos cien años. En su origen, el desarrollo de las primeras e incipientes estructuras comerciales estuvieron ligadas a las relaciones de Ceuta con el Protectorado Español en Marruecos, al principio en la vertiente más belicista (aprovisionamientos de las tropas en las campañas del Rif y la Yebala), para desarrollar posteriormente la comercial. Esta

interrelación con el Norte de África tenía una fuerte sustentación en la declaración del puerto de Ceuta como Puerto Franco (Ley 1863 ratificada con la Ley de 1929).

El fin del Protectorado y la Independencia de Marruecos conlleva una grave crisis económica, industrial y demográfica en Ceuta, que a través de la Ley del Régimen Económico y Financiero (1955) se pretendía frenar y transformar Ceuta en un moderno centro económico. Las medidas contempladas en esta ley permitieron el desarrollo de un próspero comercio relacionado con el aprovisionamiento de buques, mercantes o de pesca, que recalaban a fin de surtirse de combustibles a mejor precio que en la Península, a su vez las tripulaciones adquirían productos alimenticios para sus travesías o campañas de pesca en el Atlántico. Pero las mejores condiciones que ofrecían puertos alternativos, y muy especialmente Algeciras y Gibraltar, llevaron a que esos aprovisionamientos, anteriormente citados, fueran suministrados por empresas asentadas en estos puertos.

Esta crisis orientó el comercio ceutí hacia otras áreas de demanda, aprovechando siempre los diferenciales de precio originados por el régimen económico y fiscal de Ceuta. Sobre todo a partir del fin del periodo autárquico (1945-1959) en el que España se mantuvo aislada internacionalmente y, con la entrada en vigor de la Ley de Bases Arancelarias y el Arancel (1960), por el que las mercancías que entraban en Ceuta estaban exentas de pagar aranceles y derechos de aduana. Durante varias décadas y hasta fechas recientes, el componente principal de la demanda del comercio ceutí, eran consumidores peninsulares (españoles y portugueses) que atravesaban el Estrecho atraídos por la compra de determinados productos: tabaco, alcohol, artículos electrónicos, en general lo que se conoce como ventas de bazar.

La decadencia de este modelo comercial, entre otros factores, es el origen de la actual crisis económica local. Este modelo entró en recesión debido a causas exteriores, en especial la entrada de España en el Mercado Común (la actual Unión Aduanera Europea), que supuso la apertura del mercado interior español y la práctica desaparición de las ventajas comparativas con la que Ceuta contaba.

Finalmente en los últimos 15 años se ha venido sustituyendo la caída de compradores peninsulares con consumidores marroquíes, en lo que se puede calificar como comercio “atípico”, debido a la inexistencia de un mecanismo aduanero normal entre Ceuta y Marruecos.

El actual modelo comercial, orientado a la demanda interna y comercio atípico con el vecino país, está atravesando una profunda crisis por los tres factores principales siguientes:

- Una estructura comercial sobredimensionada y mal estructurada (exceso de oferta).
- Una demanda interna escasa, con graves fugas de compras hacia establecimientos de la Península, lo que provoca desequilibrios entre oferta y demanda.
- Un comercio atípico con Marruecos muy sensible a cuestiones de política nacional, exterior e internacional, a pretensiones nacionalistas y de orden interno marroquí y a problemas burocráticos por la inexistencia de una aduana comercial.

IV.- El Consejo Económico y Social considera que el estudio sobre la “Mejora Competitiva del Sector Comercial en la Ciudad de Ceuta” es un trabajo adecuado, que trata de plasmar la realidad de la Ciudad en general y el sector comercial en particular, convirtiéndose en definitiva en una herramienta más de trabajo en la que apoyarse a la hora de tomar decisiones. Lo más interesante del estudio son el conjunto o batería de acciones y programas tendentes a revitalizar

el sector comercial que, sin ser las únicas posibles, vienen a servir de base en el mencionado proceso de toma de decisiones.

El conjunto de acciones estratégicas, con sus correspondientes programas, son las siguientes:

1.1 Rediseño de la normativa aplicable al comercio.

1.1.1 La normativa del comercio

1.1.2 El comercio en la normativa

1.2 Creación de la estructura y canales operativos

1.2.1 Dotación orgánica.

1.2.2 Mejora informativa y de su gestión.

2.1 Reconversión de la actividad comercial.

2.1.1 Gestión del cese anticipado de la actividad.

2.1.2 Mejora de la estructura empresarial comercial existente.

2.2 Difusión de la innovación.

2.2.1 Internacionalización de la actividad de empresas locales.

2.2.2 Mejora de la dotación tecnológica.

2.2.3 Difusión del comercio electrónico.

3.1 Reformulación de las acciones de formación e información.

3.1.1 Sensibilizar a comerciantes sobre la necesidad del cambio y para la mejora.

3.1.2 Formación profesional avanzada.

3.2 Fomento de emprendedores.

3.2.1 Fomento del espíritu emprendedor.

3.2.2 Fomento de la oferta local de servicios a empresas.

3.3 Cooperación empresarial y redes empresariales.

3.3.1 Difusión de las ventajas de la cooperación.

3.3.2 Ayudas directas al asociacionismo y a la formación de redes Inter-empresariales.

3.3.3 Diseño de acciones específicas de promoción de la cooperación.

3.4 Desarrollo e implantación de estándares de calidad.

3.4.1 Implantación de modelos de Calidad.

3.4.2 Asunción del reto de la Calidad.

4.1 Creación del centro comercial abierto de Ceuta.

4.1.1 Elaboración del proyecto.

4.1.2 Puesta en marcha

4.1.3 Información y sensibilización

4.2 Defensa e impulso del equilibrio territorial.

4.2.1 Modernización de los mercados minoristas.

4.2.2 Acciones compensatorias.

5.1 Aprovechamiento del proyecto de renovación del Puerto.

5.1.1 Asesoramiento y aprovechamiento empresarial.

5.1.2 Implantación / Localización en el Puerto.

5.1.3 Comunicación del abanico comercial y de ocio de Ceuta.

5.2 Colaboración con las campañas de promoción turística.

5.2.1 Ceuta abierta.

5.2.2 Ceuta singular.

5.2.3 Ceuta en el escaparate.

5.2.4 Animar Ceuta.

5.3 Colaboración y apoyo para la resolución de problemas de la Ciudad.

5.3.1 Transporte y gestión aduanera y de movimiento de mercancías en Algeciras.

5.3.2 Replanteamiento del modelo económico-fiscal-impositivo.

5.3.3 Mejora de la salida de mercancías.
Marruecos.

RECOMENDACIONES

A la vista de lo expuesto se efectúan las siguientes recomendaciones tendentes a revitalizar el Sector Comercial en Ceuta:

JUSTIFICACIÓN

La crisis del sector comercial de la Ciudad, puesta de manifiesto en reiterados informes y diagnósticos elaborados por las propias instituciones locales, es objeto de gran preocupación por las graves consecuencias que provoca en el conjunto del sistema productivo local, afectando notablemente al volumen de actividad y empleo y reduciendo, por tanto, los niveles de riqueza y bienestar.

En este contexto, la reactivación de este sector, pilar básico de nuestra economía, se convierte en un objetivo prioritario no sólo para los agentes económicos implicados directamente en su desarrollo, sino para las administraciones públicas que deben velar por los intereses generales de la Ciudad.

El presente documento, fruto de la reflexión de todos los estamentos representados en el Consejo Económico y Social, así como de las aportaciones que técnicos, y expertos han considerado oportunas, es un ejercicio de síntesis que pretende marcar las pautas de actuación para modernizar el comercio ceutí y dotarlo de las mejores condiciones de competitividad posibles en un escenario complejo y difícil.

PACTO POR EL COMERCIO LOCAL

La primera y esencial observación que hace el CES es que el Plan de reactivación del comercio sólo servirá a los fines para los que está concebido, si

se plasma en un pacto en que queden comprometidos, en el ámbito de sus respectivas competencias, la administración central, el Gobierno de la Ciudad, las centrales sindicales y las organizaciones empresariales.

La eficacia de este Plan está supeditada a que su contenido sea fácilmente identificable, exigible, evaluable y fiscalizable. En caso contrario, se trataría de un documento más, a modo de informe, de tantos como se han elaborado sin capacidad de incidencia real en la economía.

MEDIDAS PROPUESTAS

El CES considera que las medidas que se deben incluir en el Pacto por el Comercio Local son las siguientes:

1. REDISEÑO DE LA NORMATIVA APLICABLE AL COMERCIO.

El Pleno de la Asamblea, haciendo uso de la iniciativa legislativa prevista en el Estatuto de Autonomía, elaborará y aprobará una “Ley de Fomento y Ordenación del Comercio de Ceuta”, que sirva de marco de referencia y actuación, y en la que quede reflejado el modelo de sector y las peculiaridades que lo condicionan y determinan.

2. CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE GESTIÓN DEL PLAN.

El Plan incluye un conjunto de medidas muy amplio, de diversa índole, y la participación de numerosas agentes. Este hecho puede conducir a un desarrollo incoherente que reste eficacia y genere despilfarros.

Es preciso la creación de una Unidad de Gestión, integrada por técnicos en la materia, y dirigida políticamente por los representantes del pacto suscrito, que planifique, coordine, ejecute y evalúe las actuaciones que se vayan poniendo en marcha.

3. PLAN DE RECONVERSIÓN DEL SECTOR.

La estructura comercial de Ceuta se encuentra sobredimensionada y desfasada en relación con la oferta. Es preciso dirigir un proceso de reconversión del sector, cuyos objetivos prioritarios deben ser:

- Evitar la destrucción de empleo.
- Evitar la destrucción del tejido empresarial.
- Modernizar la oferta.

Una vez elaborado un censo de empresas en crisis, se diseñará un programa de reconversión, que atenderá a los siguientes criterios, por orden de prioridad:

1. Reorientar la oferta de los establecimientos existentes.
2. En aquellos casos que no sea posible, por dificultades objetivas o resistencia subjetivas, se procurarán cambios de actividad asesorados y subvencionados.
3. En aquellos casos en que las propuestas señaladas no sean viables, se procurarán traspasos a empresas de economía social, con las mismas orientaciones.
4. Sólo en los casos extremos se procederá aplicar una política de “Cierre incentivado de empresas” que atenderá conjuntamente a empresarios y trabajadores afectados:
 1. Se establecerá un Plan de Ayudas para empresarios y trabajadores.

2. Se diseñará un Plan de recolocación en el sector de los trabajadores afectados.

4. MODERNIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Se elaborará un Plan de modernización del Comercio partiendo de los existentes, a tal efecto en el marco del Programa Operativo gestionado por PROCESA, así como en el Plan Marco de modernización del Comercio, tendente a dotar a todos los establecimientos de los medios tecnológicos más avanzados.

5. IMPLANTACIÓN DE UN MODELO STANDARD DE CALIDAD

Se deberá elaborar un modelo normalizado de calidad, vinculante para todas las empresas mediante las correspondientes normas dictadas al efecto, que garantice las condiciones mínimas de los establecimientos, la calidad de los productos vendidos y la calidad de los servicios prestado.

6. PLAN ESPECÍFICO DE FORMACIÓN

La formación es un elemento esencial del proceso de reconversión, que afecta simultáneamente a empresarios y trabajadores.

Se pondrán en marcha las siguientes líneas de actuación:

- Programas de estímulo a la iniciativa empresarial, fomento de espíritu emprendedor, y asesoramiento en técnicas y procedimientos de búsqueda de nuevos mercados.
- Plan agrupado de formación para el sector comercial, poniendo especial énfasis en las técnicas de atención al cliente.
- Establecimiento de un sistema de becas para el perfeccionamiento de aquellas empresas y empresarios que requieran una formación más especializada.

7. CENTRO COMERCIAL ABIERTO

Se considera una iniciativa de gran interés la creación de un Centro Comercial Abierto en la zona centro de la Ciudad. No obstante, la idea se encuentra muy indefinida. Sería preciso encargar un estudio más detallado en el que se concretaran los aspectos más relevantes del mismo: delimitación, espacial (presente y futura); servicios que comprende, actuaciones a llevar a cabo, compromisos exigibles a cada agente implicado, etc.

8. EQUILIBRIO DE LA OFERTA COMERCIAL

El Plan de reactivación tiene como uno de sus objetivos básicos fidelizar la demanda interna. En este sentido, mejorar la oferta y atención al cliente en su propio entorno puede contribuir a este objetivo. En consecuencia se propone:

1. Diseñar un “Centro Comercial Abierto” de naturaleza similar al de la zona centro en la barriada San José.
2. Aprovechar las infraestructuras existentes en las barriadas (mercados de barriadas), absolutamente obsoletas, y transformarlas en pequeños “Centros comerciales” dotados de servicios y comercios modernos.

9. CREACIÓN DE REDES EMPRESARIALES BASADAS EN LA COOPERACIÓN

Fomento de la cooperación, mediante la creación de redes empresariales,

atendiendo a criterios de proximidad geográfica, que diseñen paquetes de oferta de servicios y campañas promocionales conjuntas.

10. ACCIONES COMPENSATORIAS

1. Intervenir en el mercado inmobiliario para adecuar los precios de los locales comerciales a la realidad del sector.
2. Procurar las condiciones adecuadas para hacer agradable al cliente la función de compra:
 - Aparcamientos suficientes, bien situados y asequibles.
 - Horarios de apertura adecuados a la demanda.
 - Limpieza.
 - Seguridad.
 - Ocio complementario.

11. MODERNIZACIÓN DEL IPSI

En los términos propuestos por el CES ante la propuesta remitida al efecto por el Gobierno de la Ciudad.

12. ABARATAMIENTO DEL TRANSPORTE DE LAS MERCANCÍAS

En los términos contenidos en el informe elaborado al efecto por el propio CES

13. POLÍTICA ADUANERA

1. Garantizar la seguridad jurídica de los empresarios en la aplicación del régimen aduanero, clarificándolo e introduciendo las reformas precisas para adecuarlo a la realidad ceutí.
2. Simplificación de los trámites administrativos en aduana.
3. Implantación de una unidad administrativa específica para el despacho de mercancías a Ceuta.
4. Implantar un sistema que permita la devolución de mercancías con la agilidad necesaria y a un coste razonable.

14. TURISMO PROCEDENTE DE MARRUECOS

La población marroquí de poder adquisitivo medio/alto es un componente muy importante en la demanda de Ceuta, en el presente, y con mayor intensidad en el futuro. Debe ser, por tanto, objetivo de atención prioritaria. Al respecto se propone:

1. Adecentamiento del entorno de la frontera.
2. Agilización de expedición de visados.
3. Implantación de "Paso Verde" independiente para vehículos con visado.
4. Estudio de la orientación de esta demanda.
5. Formación específica para la atención a este sector de demanda.

15. COMERCIO TRANSFRONTERIZO

El comercio transfronterizo sigue constituyendo un pilar fundamental de la actividad comercial en Ceuta, del que no se puede prescindir en la actualidad sin pagar un precio inasumible en términos de empleo y riqueza.

En consecuencia, se propone estimular y potenciar el comercio transfronterizo,

dotándolo de todos los medios materiales y humanos precisos para evitar los perjuicios colaterales que pudiera provocar. Se propone:

1. Apertura del paso de Benzú para porteadores debidamente acreditados.
2. Apertura del paso de Biutz.
3. Implantación de un sistema digital de control fronterizo.
4. Ampliación de la dotación policial en la frontera.
5. Mejora en los medios de transporte públicos hasta la frontera.
6. Mejora en la prestación de servicios públicos esenciales (limpieza, seguridad, tráfico, etc) en los polígonos del Tarajal.

RECOMENDACIÓN ADICIONAL.-

Como medida complementaria de las anteriormente expuestas se propone la relativa a que la bonificación en la cuota a la seguridad social, de la que actualmente se benefician los sectores en crisis, se extienda a todos los sectores productivos, elevándose dicha bonificación hasta el 50%.

CONCLUSIÓN.-

El Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Ceuta, considera que la gravedad de la crisis del sector comercial aconseja la inmediata puesta en marcha del plan de reactivación propuesto.

Ceuta, 15 de JULIO de 2004

El Presidente

La Secretaria General

Basilio Fernández López

M^a Dolores Pastilla Gómez