

El comercio informal transfronterizo a través del ferry Alicante - Orán

Informal cross-border trade via the Alicante - Oran ferry

Zoulikha BENKAAKAA

Universidad de Valencia

Zoulikhabenkaakaa.uv@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8048-6340>

Juan David SEMPERE SOUVANNAVONG

Universidad de Alicante

jd.sempere@ua.es

<https://orcid.org/0000-0002-5960-674X>

Recibido 18/09/2021. Aceptado 26/11/2021

Para citar este artículo: Zoulikha BENKAAKAA y Juan David SEMPERE SOUVANNAVONG (2021): “El comercio informal transfronterizo a través del ferry Alicante - Orán” en *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, 31, pp. 168-189.

Para acceder a este artículo: <https://doi.org/10.15366/reim2021.31.009>

Resumen

El artículo analiza a partir de entrevistas y de la observación participante el comercio informal de bienes de consumo por parte de comerciantes argelinos a través de la línea de ferry Alicante – Orán. Es una actividad que se remonta a los años setenta y que en la actualidad se centra sobre todo en la electrónica, los alimentos y la ropa y calzado de marca. El estudio muestra en especial los actores implicados en el transporte y en la logística de este comercio, los tipos de marcas y mercancías que compran, y cómo realizan dichas exportaciones invisibles.

Palabras clave: Comercio informal, Comercio transfronterizo, España, Argelia, Alicante

Abstract

Based on interviews and participant observation, this article analyses the informal trade of consumer goods by Algerian traders on the Alicante - Oran ferry line. These trade activities date back to the 1970s and currently focus mainly on electronics, food and brand-name clothing and footwear. The study shows the stakeholders involved in the transport and logistics of this trade, the types of brands and goods purchased, and how these invisible exports are carried out.

Keywords: Informal trade, Cross-border trade, Spain, Algeria, Alicante

La relación entre España y Argelia está polarizada desde hace décadas por los temas energéticos y más recientemente por las cuestiones de seguridad, dos aspectos esenciales dentro de la política exterior española (Bustos, 2006; Thieux, 2007). En los últimos años se han añadido las migraciones (Cabezón, 2017) sobre todo a raíz del fortísimo incremento de entradas clandestinas desde mediados de la década de dos mil diez (Sempere y Benkaakaa, 2021). Sin embargo, la proximidad entre ambos países facilita una movilidad de personas y un intercambio de bienes relativamente poco estudiados. La región de Alicante, que mantiene desde hace siglos una relación especial con Argelia, es un punto privilegiado para estudiar esos movimientos. En los últimos lustros, la ciudad se ha ido transformando cada vez más en un espacio de tránsito y de destino para los argelinos a través de las conexiones directas, aéreas y marítimas, que tiene Alicante con ese país. Se observan diversas movi­lidades: turistas sanitarios, familias que pasan sus vacaciones, personas que van y vienen porque han comprado pisos en la ciudad... También se aprecia un ir y venir ligado al intercambio, formal e informal, de bienes entre ambos territorios. Dicho vaivén, que pasa obligatoriamente por el puerto o el aeropuerto, abarca desde un tráfico de containers hasta lo que puedan llevar en avión las personas que pasan por Alicante en su camino de Europa a Argelia.

Este artículo estudia concretamente el comercio informal que se produce a través de la línea marítima de pasajeros Alicante - Orán. Es decir, el vaivén de los argelinos que desembarcan del ferry, compran o recogen género, y se vuelven a Argelia en el mismo barco. Son exportaciones por valor de millones de euros, pero que no figuran en ninguna estadística pese a ser un trasiego bien visible en los espacios donde se da (estación portuaria, tiendas, centros comerciales...). Este estudio analiza, después del apartado metodológico, la evolución de esta actividad, el tipo de productos que se lleva, los actores que participan en este comercio y los espacios donde se realizan.

Metodología

Esta investigación se sitúa en la línea de trabajos realizados desde mediados de los años ochenta sobre transnacionalismo, circulación y movi­lidades, y en especial sobre movi­lidades comerciales. Una línea que se inició en el caso de los magrebíes con el estudio del barrio marsellés de Belsunce, contiguo al viejo puerto de la ciudad (Tarrius, 1992) y que se ha ampliado en las últimas décadas al conjunto del Mediterráneo (Peraldi, 2001; Tarrius, 2020).

Como indica Michel Peraldi (2016), estos estudios parten del hecho estadístico de que la movilidad es muy superior a la migración, y tienen la voluntad de desatascar la cuestión de las movi­lidades del

marco ideológico dentro del cual se discuten las migraciones, que oscila entre el imaginario invasivo y la visión humanitaria. La realidad es que, frente a las rigideces burocráticas de los Estados, existe en todo el mundo redes de comercio dinámicas e informales que no pasan por agencias ni por empresas identificables. Redes de comerciantes que van y vienen, y de intermediarios *in situ* que - discretamente- almacenan género, convierten moneda, transportan, alojan, informan, cruzan con un innegable *savoir-faire* acumulado (Peraldi, 2016). Que sea en Estambul (Piart, 2012), en Nápoles (Schmoll, 2002), en Tánger (Ribas-Mateos y Sempere, 2006), y más allá del espacio mediterráneo en Dubái, en Singapur, en África (Cheikh y Peraldi, 2009), en Centroamérica (Clot, 2013) o en Asia Central (Piart, 2010) los actores, y también actrices (Ribas-Mateos y Manry, 2014), de este comercio desarrollan trucos, habilidades y estrategias que tratamos de mostrar para el caso de Alicante. El estudio no parte de hipótesis previas ya que se centra en el método inductivo. En el trabajo de campo se optó por dos técnicas eminentemente cualitativas como son la observación participante y las entrevistas en profundidad que junto a las notas de campo y a los registros permanentes (audios, fotos, vídeos...) han permitido obtener la información.

Entre febrero y mayo de 2018 realizamos una primera fase del trabajo de campo. Los dos primeros meses se centraron en la observación participante tanto en la estación portuaria de Alicante como en los lugares de compra de la mercancía. Luego, cuando nuestra presencia empezó a ser aceptada con mayor normalidad empezamos a realizar entrevistas con las personas que se mostraron más accesibles y dispuestas a colaborar, intentando abarcar los principales tipos de actores de esta actividad. Durante el mes de junio de 2018, en una segunda fase del trabajo de campo, realizamos entrevistas en Argelia a consumidores y propietarios de tiendas. Finalmente, entre los meses de enero y febrero de 2019, y entre los de julio y agosto de 2019, realizamos una tercera fase del trabajo de campo con varios viajes de ida y vuelta entre Alicante y Orán. En dichos viajes acompañamos a informantes privilegiados lo que permitió observar la logística del viaje dentro del barco, el paso de las dos aduanas, y la entrega del género en el lugar de encuentro en Orán.

El objetivo de las entrevistas en profundidad no era la representación estadística, sino encontrar personas que aportaran información significativa en base a sus propias motivaciones y trayectorias. Es la razón por la cual utilizamos muestras por cadena de referencia (Biernacki y Waldorf, 1981) en las que se busca a personas con determinado perfil y ellas mismas proponen a nuevas personas (método “bola de nieve”) hasta llegar a un punto de “saturación del discurso”. Para las entrevistas se elaboraron dos guiones semiestructurados; el primero fue para comerciantes y transportistas; y el segundo, más abierto, para los otros actores implicados: en Alicante, agentes de seguridad del puerto, taxistas clandestinos y dependientas de las tiendas; en Argelia, policías, comerciantes, consumidores y propietarios de tiendas. Como muestra la siguiente tabla se entrevistó en total a 37 personas; dichas entrevistas fueron hechas por la coautora en árabe argelino, y en ocasiones en francés o en español, y fueron grabadas con el consentimiento de la persona entrevistada para facilitar la transcripción anonimizada posterior.

Tabla resumen de las entrevistas realizadas¹

	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Comerciantes (C)	C1 C2		C3 C4 C5 C6
Transportistas (T)	T1 T2 T3 T4	T5 T6	T7 T8
Comerciantes-transportistas (CT)	CT1 CT2 CT3 CT4 CT5 CT6		CT7 CT8 CT9
Diversas (D)	D1 D2 D3 D4	D5 D6 D7 D8	D9 D10 D11 D12 D13 D14

¹ “Diversas” incluye taxistas clandestinos, propietarios de tiendas en Argelia, dependientas tiendas en Alicante, consumidores argelinos y agentes de seguridad del puerto de Alicante.

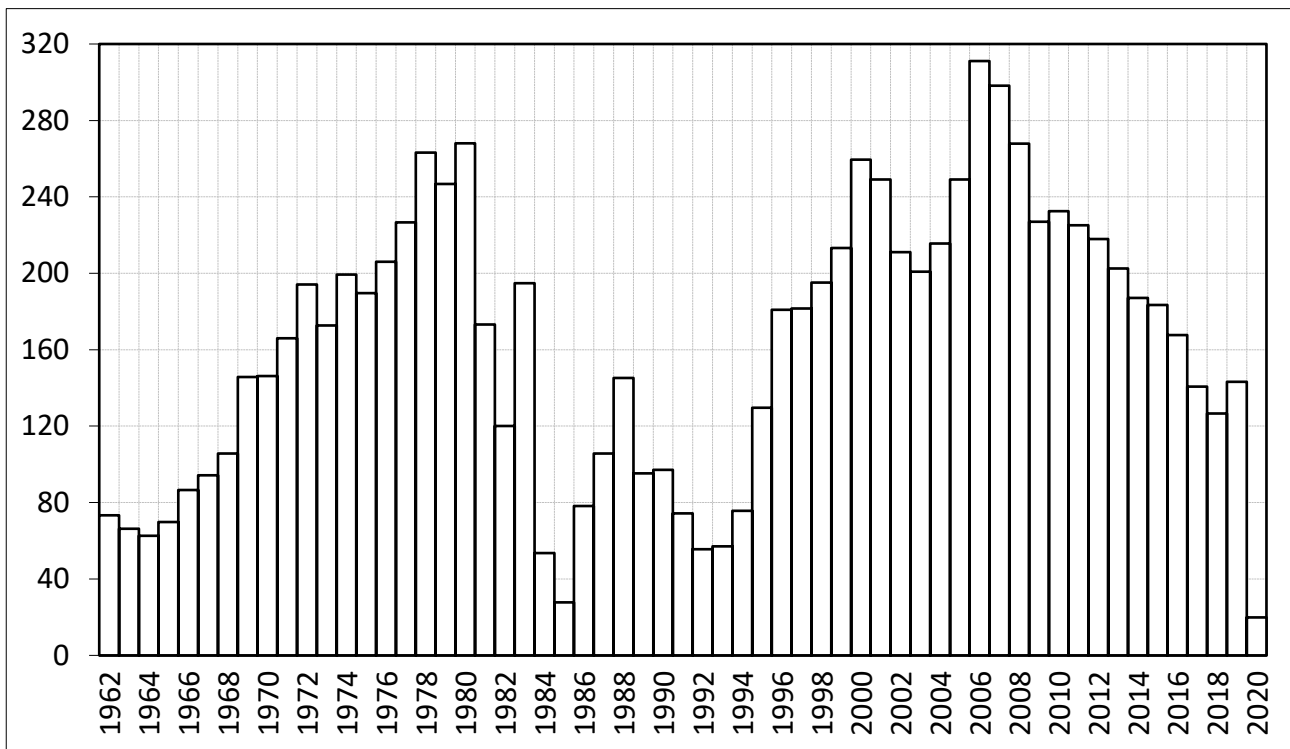
Evolución del comercio informal entre Alicante y Orán

Los orígenes

Las causas del comercio informal en la actual Argelia se remontan a los desequilibrios económicos heredados del periodo colonial (1830-1962), a la Guerra de Independencia (1954-1962), y al exilio, a principios de los años sesenta, de casi todas las fuerzas productivas y de casi todas las personas formadas (Chakour y Peret, 2007). Tras su independencia, en 1962, Argelia opta por una economía planificada, diferente de la economía de mercado de sus vecinos magrebíes y europeos. Esta situación lleva por una parte a que los bienes más básicos sean muy baratos, pero, por otra parte, a que escaseen ciertos productos de consumo no esenciales pero apreciados por los argelinos. La accesibilidad de estos productos en los países vecinos explica que desde hace décadas haya exportaciones informales hacia Argelia y que en la actualidad todas las fronteras de este país conozcan este tipo de contrabando, *trabendo*, como dicen en dialectal argelino (Moussaoui, 2015; Hadibi, 2018). En el caso de Alicante, al menos desde los años setenta, tenemos constancia de un trasiego informal con Orán a través de la línea de ferry que une ambas ciudades desde hace décadas (gráfico). En aquella época, los argelinos exportan informalmente medicamentos, más baratos en su país, ciertos alimentos como dátiles y cítricos, y sobre todo gasolina. Por su parte importan ropa, calzado y alimentación. En el caso de Orán esas mercancías se venden mayoritariamente en los mercadillos de las calles de *Medina Jdida*, un histórico barrio de Orán, entonces semiperiférico, que aún en 2021 es un barrio-mercado, aunque de productos *Made in China*.

Gráfico. Pasajeros embarcados y desembarcos en el puerto de Alicante desde / hacia el exterior²

² Las únicas líneas exteriores que ha tenido el puerto de Alicante desde 1962 son las de Orán y Argel. Las cifras son en miles de personas.



Fuente: Anuarios estadísticos del Sistema portuario de titularidad estatal. Puertos del Estado. Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. <https://www.puertos.es/es-es/estadisticas/Paginas/default.aspx>

Durante esos años este sistema no está organizado, es individual e independiente. Cualquier argelino con pasaporte y un capital social³ y económico relativamente reducido puede venir a España, comprar y revender en su país. Es decir, hacer lo que la literatura científica francófona denomina *le commerce à la valise* y los argelinos llaman en dialectal *le cabas*⁴ para conseguir ser así un *buisnessi*, un hombre de negocios. Son personas del oeste de Argelia, muy mayoritariamente de Orán, pero también de Mostaganem, de Aïnt Téouchent y de Relizane que vienen a comprar a Alicante, una provincia con varias comarcas industriales productoras de bienes de consumo como el textil, el calzado, las alfombras o los juguetes. En la primavera de 1980 se abre la línea de ferry entre Argel y Alicante con lo que esta ciudad, que ya tiene una infraestructura comercial con Orán, empieza a comerciar de la misma manera con la capital del país vecino

En los años ochenta el sistema argelino de comercio exterior basado en el monopolio de grandes empresas conoce serios problemas con lo que falta abastecimiento mientras que la corrupción aumenta (Chakour y Peret, 2007). El *cabas* se va estructurando sobre todo en Marsella. En Alicante, un informante conocedor de este trasiego desde los años setenta, ha indicado cómo muchos de esos argelinos comían en un restaurante ubicado en la calle Altamira, paralela al puerto, en pleno centro histórico de la ciudad. El dueño de este restaurante, apodado *Pepe Altamira*, empieza a entrar en el negocio trayendo género por encargo y teniéndolo listo el día que llegaba el barco. De esta manera, a mediados de los años ochenta Pepe Altamira abre un bazar en la calle Altamira que ha sido una referencia durante más de veinte años del *cabas* en Alicante.

³ Según la definición de Bourdieu (2001: 148) “el capital social está constituido por la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos”.

⁴ Desde los años cincuenta la empresa parisina de ropa barata Tati generaliza entre los inmigrantes magrebíes en Francia sus característicos *cabas* (capazos) grandes, ligeros y muy resistentes. Estos serán utilizados durante décadas para transportar bienes en sus regresos vacacionales “al pueblo”. La palabra *cabas* ha entrado en los dialectos magrebíes para referirse al comercio que hacen las personas que van y vienen con sacos (en oposición al container).

Los años noventa: el apogeo de los bazares

A lo largo de los años noventa este sistema se consolida en Alicante, y lo hace con dinámicas muy parecidas a lo que se observa en otras ciudades mediterráneas como Nápoles, donde hay una colonia de comerciantes argelinos implantada desde 1988 (Schmoll, 2002), y sobre todo como Marsella, auténtico emporio comercial de los magrebíes en el Mediterráneo Occidental de esa época (Tarrius, 1998). En mayo de 1991, España impone el visado a los ciudadanos del Magreb, un trámite administrativo que exige tiempo y ciertas condiciones lo que reduce las entradas. Entre 1991 y 1993 desciende la llegada de pasajeros en el ferry. Pero al igual que había pasado en Francia con la instauración del visado en 1987 (Tarrius, 1992: 175), este empieza a actuar como filtro para los argelinos que compran en España, y contribuye a una mayor organización y profesionalización del *cabas*. Entre 1992 y 1999 la sociedad argelina sufre de una dura guerra civil y de una sensación de aislamiento debida al cierre de la frontera con Marruecos y a la exigencia de visado por parte de los vecinos europeos. El entusiasmo por lo que viene de fuera se generaliza; cada vez se importa menos por la escasez y más por una creciente *esterofilia*, por una avidez hacia lo que llega de Europa y de España, sin importar en aquella época la marca. Al final de los años noventa la logística de este comercio está plenamente consolidada; cada día que llega el barco, decenas de argelinos organizados en cuadrillas compran en los bazares de los alrededores del puerto y en las fábricas de los polígonos industriales de la provincia. Al ser venta al por mayor de marcas desconocidas hay margen de beneficio cuando revenden en Argelia. En 2000 hay más de cuarenta bazares en la parte baja del centro histórico de la ciudad (Sempere, 2000), especialmente en las calles Altamira, San Francisco y Rafael Terol (ver plano más abajo). Es toda una economía basada en exportaciones invisibles de productos comprados al por mayor en locales poco vistosos, e invisibilizados por la población y las autoridades locales: ropa, ropa de cama, alfombras de Crevillente, calzado de Elche, juguetes de la *Foia* de Castalla y *souvenirs* (especialmente la *bailaora* y el torero).

El cambio de los años dos mil: el fin de los bazares

En la década de los años dos mil surgen dinámicas globales, regionales y locales que condenan esta economía de bazares. Por una parte, a una escala global, China, que desde los años noventa se está transformando en la “fábrica del mundo”, ingresa en 2001 en la Organización Mundial del Comercio (OMC) e inunda con sus productos baratos casi todos los rincones del mundo. La economía alicantina, especializada desde el siglo XIX en la producción de bienes de consumo se desindustrializa o deslocaliza parte de sus actividades productivas. Muchos de los bienes que los argelinos compran en España tienen cada vez más competencia de los productos chinos que se vende por igual en Argelia con lo que abastecerse en la provincia de Alicante parece tener cada vez menos sentido.

Con la llegada a la presidencia de Abdelaziz Bouteflika en abril de 1999, Argelia conoce una apertura política, social y económica. El final de la guerra civil y el regreso de la seguridad y de los extranjeros se conjugan con el aumento del precio de los hidrocarburos entre 1999 y 2014. Argelia, cuya economía depende del curso de los hidrocarburos, reduce la deuda, aumenta la liquidez, las reservas de divisas y el gasto público (Khatib, 2007) al tiempo que se incrementa la capacidad adquisitiva de los argelinos cuyo PIB *per cápita* se triplica pasando de 1.596 a 4.924 dólares entre 1998 y 2008, según el Banco Mundial. Los argelinos, que habían conocido décadas de aislamiento,

se encuentran de repente con liquidez en un momento de gran apertura económica lo que les va a permitir aspirar a consumir más allá de la economía de bazares.

Por otra parte, el gobierno argelino firma acuerdos internacionales, liberaliza parte del comercio y reduce las restricciones a las importaciones (Martín, 2003) con lo que la entrada formal, y también informal, de bienes de consumo por containers se dispara reduciendo, teóricamente, el margen de beneficio del *commerce à la valise*. Esta mayor fluidez del sistema permite la consolidación y la diversificación de nuevas rutas comerciales formales e informales, sobre todo con los países del Golfo Pérsico y con Turquía (Peraldi, 2001), que compiten con las rutas más tradicionales con Francia, Túnez y España.

Finalmente destacan las circunstancias locales de la ciudad de Alicante. Como sucede en muchas ciudades españolas, ciertas partes del centro urbano de Alicante llevan décadas deteriorándose con la pérdida de habitantes, el cierre de comercios tradicionales, el descenso de los precios y la consiguiente presencia de actividades con mala imagen para la ciudadanía como la prostitución, el ocio nocturno o los bazares donde vienen a abastecerse argelinos y vendedores ambulantes inmigrantes. Durante los años dos mil esta preocupación ciudadana se refuerza y se concreta a través de campañas en la prensa local, movimientos vecinales y asociaciones de comerciantes que denuncian el abandono y la degradación del centro histórico de la ciudad. En mayo de 2003 el Ayuntamiento de la ciudad aprueba el “Plan integral de recuperación del centro tradicional de Alicante” con un presupuesto de 33 millones de euros. Esta voluntad social y política de *reconquistar* el centro histórico acabará aunándose en la segunda mitad de los años dos mil con nuevas dinámicas urbanas como la gentrificación y la turistificación de los centros urbanos que en Alicante son bastante significativas. En este contexto, en junio de 2007, la estación portuaria es trasladada del Muelle de Levante, que desemboca en el mismo centro de la ciudad, a la nueva Zona de Poniente ubicada unos 2,5 kilómetros a las afueras de la ciudad (ver plano más abajo).

Nuevas dinámicas: el triunfo de las marcas

Los factores señalados llevan a la desaparición de la economía de bazares durante los años dos mil, un hecho que no es sólo local puesto que Marsella conoce dinámicas parecidas (Peraldi, 2001: 33-64). Como indica este mismo autor el ciclo de los emporios comerciales suele ser breve, ya que los productores terminan instalándose en los países de consumo como sucede con los chinos (Peraldi, 2016). Pero, curiosamente, el comercio informal entre Alicante y Argelia no desaparece, sino que se transforma dando pie a un nuevo ciclo. Los bazares son reemplazados por los grandes almacenes, y sobre todo por los centros comerciales y las franquicias de marcas globales que proliferan en la ciudad y en la provincia. Al inicio de los años dos mil veinte, este trasiego, no sólo se mantiene con una logística parecida a la que existía en los años noventa, sino que gana en complejidad y en diversidad.

La metamorfosis del comercio informal se debe a causas de orden económico y sociocultural. Por una parte, el aumento de la capacidad adquisitiva indicado más arriba multiplica la cantidad y la calidad de los productos a los que pueden acceder los argelinos. Por otra parte, el abaratamiento mundial de los bienes reforzado por la posibilidad que tienen los visitantes extracomunitarios de recuperar el IVA al salir de la UE amplía el acceso de muchas categorías sociales al consumo. Pero junto a estas explicaciones un tanto mecánicas está el factor sociocultural: el triunfo de las marcas en el mercado de consumo global. Desde los años noventa estas irrumpen en los segmentos bajo y medio del mercado gracias a la reducción de los costes de producción y transporte, a la producción en masa en los países emergentes, y a como ciertas transnacionales han sabido hacer del diseño o de la tecnología un bien trascendental. En un mundo donde la imagen es cada vez más importante estas firmas prestigiosas de bajo coste triunfan, especialmente en sociedades materialistas como la

argelina donde un artículo de marca y de moda es para muchos urbanitas un recurso irrenunciable de visibilización, de ostentación y de promoción social. El problema es que, pese a la importancia de la demanda, estas marcas no se ofrecen o se ofrecen muy poco en el mercado argelino.

Desde la época de los bazares, el consumidor argelino ha pasado de valorar unos productos *Made in Spain* (o en Europa) en los que la marca casi no importa, a valorar las marcas de prestigio compradas en España (*Bought in Spain*), aunque sea *Made in China*. Ya no importa donde se produce, sino para quien se produce; y lo que se fabrica en Bangladesh para la demanda europea se valora más que lo que se fabrica en Turquía para los países emergentes.

Aunque la mercancía turca ha invadido el mercado argelino, no ha podido competir con la española, ya que el consumidor argelino valora más lo comprado en España que lo comprado en Turquía. La que viene de España es la que vende. (Entrevista C5)

Es así como las marcas de gama media compradas en España son, como dice el consumidor argelino, el *premier choix* (la primera elección), mientras que los productos fabricados en Turquía, a menudo modelos baratos de marcas de gama alta, son el *deuxième choix* o como dicen *highcopy* (copia buena) aunque no sean falsificaciones. La última opción son las marcas desconocidas de China u otros países emergentes (*bāti*), a menudo con nombres y símbolos que imitan las firmas globales (Ejemplo: zapatillas Abibas).

Tendencias actuales en una actividad dinámica y muy expuesta a los cambios

A pesar de todas las transformaciones y del surgimiento de nuevas rutas comerciales, Alicante sigue siendo el punto más cercano del oeste y del centro de Argelia donde abastecerse de estas mercancías de *premier choix*. Es también y, ante todo, una región con una innegable imagen de marca en toda la sociedad argelina y donde los comerciantes llevan décadas consolidando un capital y una infraestructura que en los años noventa ya estaban muy rodados y que han podido optimizar y adaptar a las dinámicas del comercio globalizado, así como a los cambios políticos y socioeconómicos.

Pero la evolución continúa, factores como la construcción de centros comerciales en las ciudades argelinas, la entrada de franquicias de las principales marcas, las medidas contra las importaciones o los intereses de las clases poderosas argelinas influyen en este trasiego. Hasta la pandemia de COVID-19 la tendencia iba hacia una diversificación de las importaciones informales. Con el descenso del precio de los hidrocarburos desde 2014, Argelia llevaba años tomando medidas (Escribano, 2015) para contener el gasto de divisas y para limitar las importaciones formales: subir aranceles, exigir licencias para ciertas importaciones, o prohibir la entrada de ciertas mercancías como sucedió en 2017 y en 2018 cuando el gobierno prohibió en varias tandas la entrada de cientos de productos (Peregil, 2018) como el aceite de oliva, la Nutella o el Kinder Bueno. Pero en cuanto se imponen estas medidas, la picaresca se agudiza⁵ al tiempo que parte del comercio formal se deriva al *cabas* con lo que en realidad este vaivén informal aumenta y se diversifica.

⁵ Ejemplo: si el gobierno prohíbe importar botes pequeños de pintura -un producto acabado- traen esa misma pintura en grandes bidones que entran como materia prima.

Hace un par de meses no llevábamos alimentos, pero ahora sí, porque Argelia ya no deja importar oficialmente este tipo de mercancía, cualquier cosa que el gobierno no autorice su entrada formal nosotros lo hacemos a través del *cabas*... hay mucha demanda y poca oferta. (Entrevista CT6)

En cualquier caso, entre marzo de 2020 y octubre de 2021, salvo algunas travesías muy puntuales, las líneas de ferry entre Argelia y España (al igual que con Francia) han estado interrumpidas por la pandemia de COVID-19 con lo que el *commerce à la valise* que estudiamos ha estado paralizado. Sin embargo, sólo se ha apreciado un aumento de los precios, pero no se puede decir que durante este periodo haya habido un desabastecimiento llamativo de género traído de España en el oeste de Argelia. Y es que siempre ha existido la alternativa *colar* informalmente productos en Argelia a través del tráfico de containers que hay entre ambos países. Se puede alquilar individualmente o entre varias personas dichos espacios, pero en tiempos normales está vía era lenta, más arriesgada en caso de decomiso y menos ágil y rentable para los volúmenes que manejan la mayoría de los comerciantes del *cabas*. Es de imaginar que con la interrupción de los ferries los containers hayan estado más llenos.

Las mercancías y las marcas del *cabas*

Tipos de mercancía: moda, tecnología y alimentación

El comercio informal que estudiamos se ha diversificado en las últimas décadas al igual que lo ha hecho la sociedad, el consumo y la demanda argelina. Podemos clasificar las mercancías que se exportan informalmente a ese país en tres tipos: los artículos “tradicionales”; los artículos de moda; y los productos que responden a cambios culturales. Los artículos “tradicionales” son algunos de los bienes básicos que se exportaban en los años noventa: ropa y calzado -ahora de marca- y alimentación: chocolates, cereales, frutos secos y determinadas frutas como aguacates, chirimoyas, mangos o kiwis. Los productos que responden a los cambios culturales son aquellos que hace décadas casi no existían o eran incipientes y que actualmente se ha vuelto imprescindibles: la electrónica (videojuegos, tabletas, *smartphones*...), objetos de lujo (perfumes, bolsos...), alimentos sin gluten o productos relativos al físico (anabolizantes de gimnasio, planchas de pelo y utensilios de belleza). Finalmente, los artículos de moda son aquellos que crean tendencia durante un tiempo. En este sentido juegan un papel determinante las *influencers* argelinas y árabes en las redes sociales como Instagram o YouTube. De esta manera ciertos productos se ponen repentinamente de moda y la demanda se dispara. Puede tratarse de un champú, de un gel, de un cosmético... siempre de una marca concreta, que puede ser una marca blanca. En el caso de los cosméticos no es raro que se trate de artículos de la firma Dreams.

Las marcas que triunfan

Como se indica más arriba, uno de los grandes motores de la pervivencia y de la transformación de este comercio es la irrupción de las marcas, muy especialmente en el campo de la electrónica y en el de la ropa, calzado y complementos. Dos sectores paradigmáticos del éxito de las marcas que desde los años noventa han conocido respectivamente la revolución tecnológica y la revolución de la *fast fashion*.

Pese a la apertura económica de los años dos mil, Argelia sigue negociando su ingreso en la OMC desde los inicios de esta en 1995. Al no estar en la OMC es más difícil hacer respetar la propiedad intelectual, por lo que en Argelia es corriente ver locales con nombres y logos que recuerdan los de las transnacionales, o ver en tiendas no autorizadas surtidos impresionantes, -con muchas tallas y modelos- de productos de marcas globales traídos a través del *cabas*. Ciertamente, hay franquicias de algunas de las firmas más conocidas en los centros comerciales que poco a poco van abriendo en las principales ciudades⁶, pero son escasas, excesivamente caras para el consumidor medio argelino y no tienen *outlets* con lo que sus productos compiten difícilmente con aquellos importados de España. Incluso, cuando en el país hay tiendas autorizadas, de ciertas empresas como Apple, está bastante generalizada la idea -como lo estaba para los automóviles- de que un iPhone comprado en Argelia no está producido en el mismo sitio que uno comprado en España con lo que no es lo mismo. Evidentemente es en la ropa donde más marcas triunfan. Primark y Lefties que son gama baja en España se venden muy bien en la clase media argelina mientras que firmas de gama media como Zara, Mango, Pull & Bear, Springfield, Stradivarius, C&A, H&M, Celio o de gama un poco más alta como Massimo Duty o Adolfo Domínguez son más selectas y se aprovechan sobre todo las rebajas. En líneas generales, la pauta es comprar en cualquier época del año marcas de baja gama y, en temporada de rebajas, marcas de media gama.

Como sucede con la ropa, en otros productos el consumidor argelino busca para cada objeto una marca concreta, y hasta una tienda concreta: en los geles triunfan determinadas marcas blancas de Mercadona, Carrefour y Alcampo; los videojuegos suelen ser de El Corte Inglés; la cosmética de Druni; los zapatos de Lefties o Marypaz; la ropa de niño de Primark; los pantalones de chándal de Lacoste; las zapatillas de Nike, pero compradas en la propia tienda de Nike (Nike Clearance Store Alicante). En cualquier caso, en España ya no se compra como antaño en los mercadillos *bāti* marcas desconocidas, ni gama alta (Polo, Tommy Hilfiger, Ralph Lauren...) ya que en ese segmento funcionan los modelos baratos importados de países como Turquía.

Los actores implicados en esta actividad

Podemos estimar que el comercio que estudiamos está llevado por unos pocos cientos de personas, entre aquellas que van y vienen, propiamente los comerciantes, y aquellas que forma parte de la logística en Alicante o en Argelia. Todos ellos son argelinos, los primeros argelinos que vienen de Argelia y, los segundos argelinos por lo general residentes en España. Es posible que algunos de estos últimos hayan adquirido la nacionalidad española, pero la participación directa de españoles nacidos en España en esta actividad es excepcional.

Un mundillo de hombres jóvenes y casados

El perfil sociodemográfico de todas las personas que vienen con el *cabas* es muy mayoritariamente de varones entre veinte y sesenta años, con un nivel cultural relativamente bajo ya que la mayoría, sobre todo los más mayores, abandonaron sus estudios antes de terminar la secundaria.

⁶ Ejemplo: la primera tienda Zara abrió en Argel en 2013 y la segunda en Orán en 2020.

El estado civil es una variable relevante: casi todos ellos están casados y tienen hijos, incluso los más jóvenes. Es decir que la edad de matrimonio en este colectivo es más baja que la del conjunto de varones argelinos, cuya independencia está lastrada por las dificultades socioeconómicas crónicas que sufren en el país. En cambio, las personas entrevistadas, incluso las que están en la base de la jerarquía laboral, los transportistas, suelen estar casados con hijos; y lo están precisamente porque son y se consideran económicamente capaces de tener casa y mantener una familia. No cabe duda de que, en el panorama social de la Argelia actual, y especialmente en el de su juventud, trabajar en el *cabas*, ir y venir a España, confiere una capacidad económica significativa y un indudable prestigio social entre los amigos, los vecinos y en el mercado matrimonial.

El *cabas* es una actividad muy masculinizada. Sin embargo, hay algunas mujeres de edad media o avanzada. Según ellos y ellas, son muy pocas las mujeres en este trabajo debido a la fuerza que requiere cargar los bultos. No es lo que sucede con otros espacios transfronterizos del Magreb como en Ceuta y Melilla, donde el transporte era casi exclusivamente de mujeres que pueden llegar a llevar fardos de cincuenta kilos (Fuentes, 2019). El grado de masculinización se explica más bien por el prestigio y la imagen de esta actividad. Mientras para un hombre ser transportista o aún más comerciante confiere estatus, para una mujer significa el estigma de viajar sola en un entorno muy masculino. Suelen ser viudas o divorciadas introducidas en este sistema por sus maridos o sus padres.

Transportistas y comerciantes

Entre los argelinos que van y vienen distinguimos tres figuras principales: los pequeños comerciantes, y los grandes comerciantes que trabajan con los transportistas. Pese a hacer exactamente lo mismo no compiten, todos conviven con cierta armonía e incluso colaboran y trabajan en red. La demanda argelina de estos productos es suficientemente grande para que nadie se haga con el mercado y no haya rivalidad ni entre grandes y pequeños ni entre pequeños comerciantes.

Los grandes comerciantes (los empresarios), llamados por los transportistas *m3alem* que en dialectal significa patrón, son dueños de un capital social y económico importante: tienen la liquidez, los contactos y el *savoir-faire* para manejar este negocio desde arriba, en especial para conseguir que su mercancía pase la aduana argelina sin problemas. Suelen tener varias tiendas en su país y vienen a España en avión sin pisar el barco ni el puerto. Durante sus estancias encargan y compran a gran escala en tiendas, almacenes o fábricas por valor de miles de euros con lo que muchas veces superan el marco del ferry. Trabajan siempre con intermediarios que guardan el género en Alicante. Pueden trabajar a una escala local y/o a una escala más internacional, trayendo mercancía, a veces por grandes lotes, de otras ciudades u otros países para concentrarla en Alicante y exportarla a Argelia por el *cabas* o por containers.

Ellos no aparecen por aquí, trabajan en la sombra... en la mayoría de las veces compran el género por internet, de diferentes ciudades españolas o países europeos como Alemania, Francia o Bélgica etc... un solo *m3alem* puede tener trabajando para él más de 20 personas, hoy por ejemplo el barco está lleno de perfume. (Entrevista CT8)

Los pequeños comerciantes (los autónomos) son personas, en ocasiones antiguos transportistas, que han conseguido acumular un cierto capital lo que les permite ir por su cuenta a pequeña escala, comprando por valor de unos pocos miles de euros. Viajan en grupos de dos o tres para apoyarse a la hora de comprar, vigilar los bultos, hacer gestiones o intercambiarse los productos. Cuando llegan

a Alicante van ellos mismos a comprar o a recoger el género que intermediarios u otros pequeños comerciantes les hayan podido dejar en un piso. Suelen ir y venir en el mismo día, aunque durante las rebajas pueden quedarse varios días en la ciudad buscando y aprovechando las ofertas. Al pasar la aduana de regreso siempre corren el riesgo de que les confisquen lo que llevan. En ese caso pierden el capital invertido, y si no tienen más recursos pueden trabajar como transportistas o transportistas – comerciantes hasta recuperar el capital suficiente para volver a ir por su cuenta.

Los transportistas son la categoría más numerosa, son como jornaleros que cobran por cada servicio trabajando para uno o varios grandes comerciantes. Van y vienen en el barco llevando físicamente la carga, razón por la cual son llamados *ğundi* (soldados) en dialectal. Muchos de ellos no van ni a la ciudad porque cuando desembarcan ya les han traído la mercancía al puerto. Si salen a la ciudad van a “tiro hecho”: a tiendas concretas a por productos encargados o a un lugar concertado a recoger el cargamento. Ocasionalmente compran para ellos mismos o sus allegados, pero no para revender. Su trabajo es transportar: recibir el género y prepararlo para pasar las aduanas. Pueden cobrar por cada artículo que traen o por cada viaje que hacen cargando varios grandes bultos. Su ganancia varía mucho en función del valor de los bienes traídos y en consecuencia de lo que se arriesgan. Pero no es extraño que cobren unos 250 euros por viaje sin contar el billete de barco y la manutención que va por su cuenta. Su principal riesgo es que les decomisen la mercancía al cruzar la aduana argelina. Por norma general cada cual es responsable de lo que pasa y en caso de que su patrón no pueda recuperar la mercancía confiscada, deben compensarle trabajando para él gratuitamente hasta recuperar la pérdida.

Es un trabajo que necesita tener un corazón de hierro y si no lo tienes, mejor no meterte en esto... si haces el viaje para transportar dos bultos de ropa de Primark, con eso no se paga ni siquiera el billete de barco, por eso hay que diversificar, junto con la ropa, pues llevar algunas *tablets*, móviles o perfumes, más riesgo, más ganancia, pero también más pérdida si toca.
(Entrevista CT4)

Finalmente podemos hablar de una figura mixta, la de los transportistas – comerciantes. Personas que transportan una parte de la carga para un gran comerciante, y otra parte para ellos mismos de manera a diversificar el riesgo en caso de decomiso. Casi siempre suelen ser antiguos transportistas que tratan de ir por su cuenta o pequeños comerciantes a los que incautaron un cargamento y se ponen a trabajar parcialmente para otros. Que vayan por cuenta propia o trabajen por cuenta ajena para uno o varios patrones, casi todos los actores que hemos visto, incluido los transportistas y los comerciantes más pequeños, son oficialmente autónomos. Para ello declaran una tienda en Argelia lo que les permite darse de alta en la seguridad social y pagar sus impuestos como comerciantes (no como importadores). De esta manera, como comerciantes, están en regla en su país, cotizan para su jubilación y tienen cierta facilidad para obtener el visado. El Consulado de España en Orán, sabedor de que estos “autónomos” van y vienen, compran legalmente en España, tienen dinero y mueven la economía no suele poner pegas a la concesión de visados. Casi todos ellos tienen un visado turístico de múltiples entradas solicitado en calidad de comerciantes autónomos propietarios de tiendas.

Un trabajo en red basado en la confianza

Los que participan en este vaivén forman un grupo homogéneo, aunque no estanco ni cerrado; no impiden que otras personas comercien. Desde luego, cualquiera puede llevar informalmente mercancías a Argelia como hacen los turistas, los argelinos residentes en Europa o, incluso, gente que va y viene con cierta regularidad. Pero para vivir de esta actividad profesionalmente es indispensable trabajar en red con los compañeros por lo que es necesario conocer y ser conocido, así como respetar y ser respetado por los miembros del grupo. No es fácil formar parte del colectivo; por lo general se empieza trabajando con alguien del grupo que va supervisando y avalando al novato ante los demás. Es necesario algún tiempo para hacerse a los numerosos mecanismos y matices que tiene este sistema (normas, rituales, precios, formas de intercambio, equivalencias). Una suerte de cooptación que explica la fuerte homogeneidad del colectivo en lo social, en lo demográfico y en lo territorial (en las regiones y los barrios de origen).

Al igual que en cualquier ámbito caracterizado por la informalidad, la confianza es la piedra angular de todo un sistema basado en acuerdos verbales, en regulaciones y normas definidas por valores de honor (Tarrius, 2010). Como veremos, los transportistas y los pequeños comerciantes se intercambian bienes, a veces por valor de cientos o miles de euros, y casi siempre cruzan la frontera con pertenencias ajenas sin haber comprobado fehacientemente lo que están llevando. Por todo ello es imprescindible fiarse del compañero y que todo este pequeño mundo se conozca y se lleve bien. Entre los numerosos matices y reglas no escritas que todo el mundo conoce y respeta (Clot, 2013) destaca una norma que no se vulnera: si la policía decomisa la carga de alguien, esta persona y las demás afectadas no delatan nunca a los compañeros, aunque todos estén haciendo lo mismo.

Los actores que residen en Alicante

Entre los argelinos que participan en la logística de este comercio desde España destacamos tres figuras especialmente relevantes. Están los propietarios de viviendas que ofrecen una red de pisos esencial para el funcionamiento de este sistema. En la ciudad de Alicante, sobre todo en los barrios de la “Zona Norte”, hay cientos de argelinos residentes en Argelia que desde la crisis inmobiliaria de 2008 han comprado viviendas que sólo suelen ocupar cuando vienen de vacaciones. Es por lo que algunos de ellos, también por temor a los okupas, alquilan sus apartamentos a pequeños comerciantes conocidos, o conocidos de conocidos. Cuando estos se quedan varios días se suelen alojar en estas viviendas a un coste inferior al de cualquier pensión y donde, además, tienen más espacio para almacenar el género.

Los intermediarios son otra figura central de esta actividad. Son argelinos residentes en España que trabajan para uno o varios comerciantes, sobre todo para los grandes, haciendo de enlace entre estos, los transportistas y las tiendas. Reciben encargos, compran el género, lo almacenan y, eventualmente, lo llevan al puerto.

Se les encarga comprar o recibir la mercancía, pasarla al transitario, almacenarla, entregársela a los transportistas dentro o fuera del barco... estos suelen cobrar por porcentaje, el *m3alem* no está en la imagen y muchas veces no llega a tratar con los transportistas que le traen la mercancía, de todo esto se ocupa el intermediario. (Entrevista C1)

Finalmente están los “taxistas”, los llamados *clans* (del dialectal *clandestins*). Son argelinos de Alicante con automóvil que hacen de enlace entre el puerto y el centro de la ciudad o los centros comerciales a tres euros por persona (tarifa cerrada). También hay *clans* que van a otras ciudades - cada carrera tiene un precio cerrado- como Elche, Murcia, Almería, Madrid, Barcelona y Francia que

cuesta unos cien euros. Los *clans* están adaptados a este comercio ya que un taxi o un autobús local nunca aceptaría llevar los bultos del *cabas*. Han ido ganando importancia con la apertura de los centros comerciales en los barrios periféricos y con el traslado de la estación portuaria en 2007 al nuevo puerto. Pero los *clans*, hacen mucho más que transportar mercancías o personas, conocen las novedades y saben todas las informaciones prácticas: dónde dormir o comer, dónde comprar o cómo contactar con todo tipo de intermediarios. Por su dinamismo y por sus conocimientos son un eslabón clave e indispensable de este entramado comercial, la interfaz entre el argelino llegado de Argelia y la sociedad y la economía argelinas de Alicante.

Los escenarios de la actividad

El comercio transfronterizo que estudiamos es socialmente discreto y económicamente invisible; pero, *in situ*, los argelinos suelen desplazarse en cuadrillas y cargados de bultos por lo que, a las horas a las que se realiza, este trasiego no suele pasar desapercibido en los espacios donde se desarrolla.

Primeros escenarios: el barco y la llegada al puerto de Alicante

La línea de ferry Alicante – Orán está operada desde la independencia por empresas públicas argelinas (desde 1987 por Algérie Ferries) que hasta los años dos mil tenían el monopolio exclusivo del transporte marítimo en los puertos de este país⁷. Los barcos que cubren esta línea son desde hace décadas espacios muy marcados por el comercio transfronterizo. No es posible hacer dicha travesía sin advertir el trasiego generado por esta actividad, sobre todo cuando fuera del verano y de las vacaciones, la mayor parte de los viajeros son comerciantes. Dentro del barco es muy fácil percatarse de que muchos de los pasajeros son asiduos, se conocen entre ellos y siguen siempre los mismos procesos. De hecho, a tenor de los servicios y de cómo actúan los trabajadores y los pasajeros, el observador puede llegar a tener la sensación de que en la línea Alicante – Orán los comerciantes se sienten en “su barco”.

Nada más cerrarse las puertas del ferry (suele salir a las ocho de la tarde), los pequeños comerciantes que tendrán más prisa al día siguiente colocan sus sacos vacíos en la puerta por donde desembarcarán. Es una manera de *reservar* el sitio para salir antes y ser los primeros en la cola de la aduana. Y es que la mayoría de ellos, sobre todo los que regresan el mismo día en el barco de vuelta, irán a la carrera por lo que el tiempo en Alicante será muy valioso.

La travesía es nocturna y una vez zarpado el barco transportistas y comerciantes se reservan un sitio en el suelo de los salones de butacas y suben tranquilamente al restaurante o a fumar a la cubierta. Siempre compran pasaje de butaca, pero a menudo, pasadas unas horas, *negocian* un camarote con el auxiliar de pasaje para poder descansar y guardar las cosas más valiosas. Las mujeres comerciantes siempre compran pasaje de camarote compartido.

⁷ Sólo entre 2005 y 2007 Algérie Ferries tuvo la competencia de Tramediterránea en la línea Alicante - Orán.

La llegada está prevista a las ocho de la mañana, pero dos horas antes está todo listo. Una vez pasada la frontera unos salen a coger los *clans*, que ya están esperando en el aparcamiento; otros a encontrarse con los intermediarios que han venido al puerto con el género encargado; y otros, los que van a adquirir objetos pesados y voluminosos como electrodomésticos, vienen con una pequeña furgoneta, a menudo una Citroën Berlingo, a la que suelen quitarle los asientos traseros para cargar el máximo en el viaje de vuelta.

Para comprar, los pequeños comerciantes vienen con euros, por lo general unos pocos miles, cambiados en el mercado paralelo de Argelia ya que el dinar argelino no es convertible en España y en el banco argelino sólo se pueden conseguir 130 euros por visado al tipo de cambio oficial, mucho menos beneficioso. El máximo dinero que se puede sacar legalmente de Argelia es 7.500 euros por viaje por lo que, cuando sacan más euros de lo permitido, se las tienen que apañar de otras maneras para pasar el dinero: esconder una parte, dejárselo a alguien que lo esconda o que no vaya a gastar el máximo en ese viaje, o darle los dinares a un intermediario en Argelia para que otro intermediario les dé el equivalente en euros en España a cambio de una comisión (según Chakour y Perret -2007- cambio informal diferido). Este orden de cantidades, multiplicado por el número de viajes y de pequeños comerciantes que vienen, nos lleva a suponer que, sólo ellos, gastan en Alicante al menos millones de euros. Por su parte los transportistas a veces traen el dinero de sus patrones, los grandes comerciantes, y otras veces llevan un poco de dinero para sus compras propias.

Este comercio es mayoritariamente desde España hacia Argelia, pero en sentido contrario vienen también diversos productos. Los automóviles llegan siempre con el depósito lleno de gasolina, no es raro incluso que algunos lleven un doble depósito. La gasolina es diez veces más barata en Argelia que en España, y venderla en el puerto de Alicante sacándola del depósito con una manguera, es una manera de recuperar hasta cien euros. Por otra parte, todos los argelinos llegan con dos cartones de tabaco (y algunos más escondidos) comprados al equivalente de 12 euros y revendidos en el puerto a 26 euros. Además de la gasolina y el tabaco traen productos que se encuentran en cualquier carnicería *halal* o tiendecita árabe: dátiles, salsa *harrisa*, vinagre, dulces, cuscús de la marca Mama; refrescos tradicionales de Argelia como Hamoud y Selecto... Los compradores esperan en el puerto para recoger sus encargos, suelen ser dueños de los negocios o intermediarios que llevan la mercancía a otras ciudades e incluso hasta Francia.

El territorio de los comerciantes argelinos en Alicante

Al salir de la estación portuaria los transportistas y los pequeños comerciantes inician su circuito, casi siempre a contrarreloj, por los mismos lugares de la ciudad (ver plano) y de la provincia. El destino principal de muchos comerciantes y transportistas son los centros comerciales, sobre todo el Plaza Mar 2 y el Gran Vía ubicados en el municipio de Alicante y el centro comercial The Outlet Stores Alicante en el municipio contiguo de Sant Vicent del Raspeig. Para muchos la etapa ineludible es el centro comercial Gran Vía donde compran mucho y siempre, sea o no temporada de rebajas. Es el primero que se inauguró en la ciudad (1998); y tras una época de apogeo sufrió de la apertura de otros centros comerciales en 2002 y 2003, y de la crisis iniciada en 2008. En 2012 culminó una importante remodelación de su diseño y de su estrategia comercial para centrarse en marcas de gama media y baja para una clientela de bajo ingreso. La apertura aquel año de una gran tienda de Primark, marca de ropa barata, sirve desde entonces de gancho para los argelinos. En cada viaje, muchos de ellos van en *clan* directamente desde el puerto a Primark a comprar grandes cantidades de género; como conocen la tienda y sus productos saben exactamente lo que quieren. A partir de allí regresan al puerto o van al hipermercado o a otras tiendas del centro comercial.

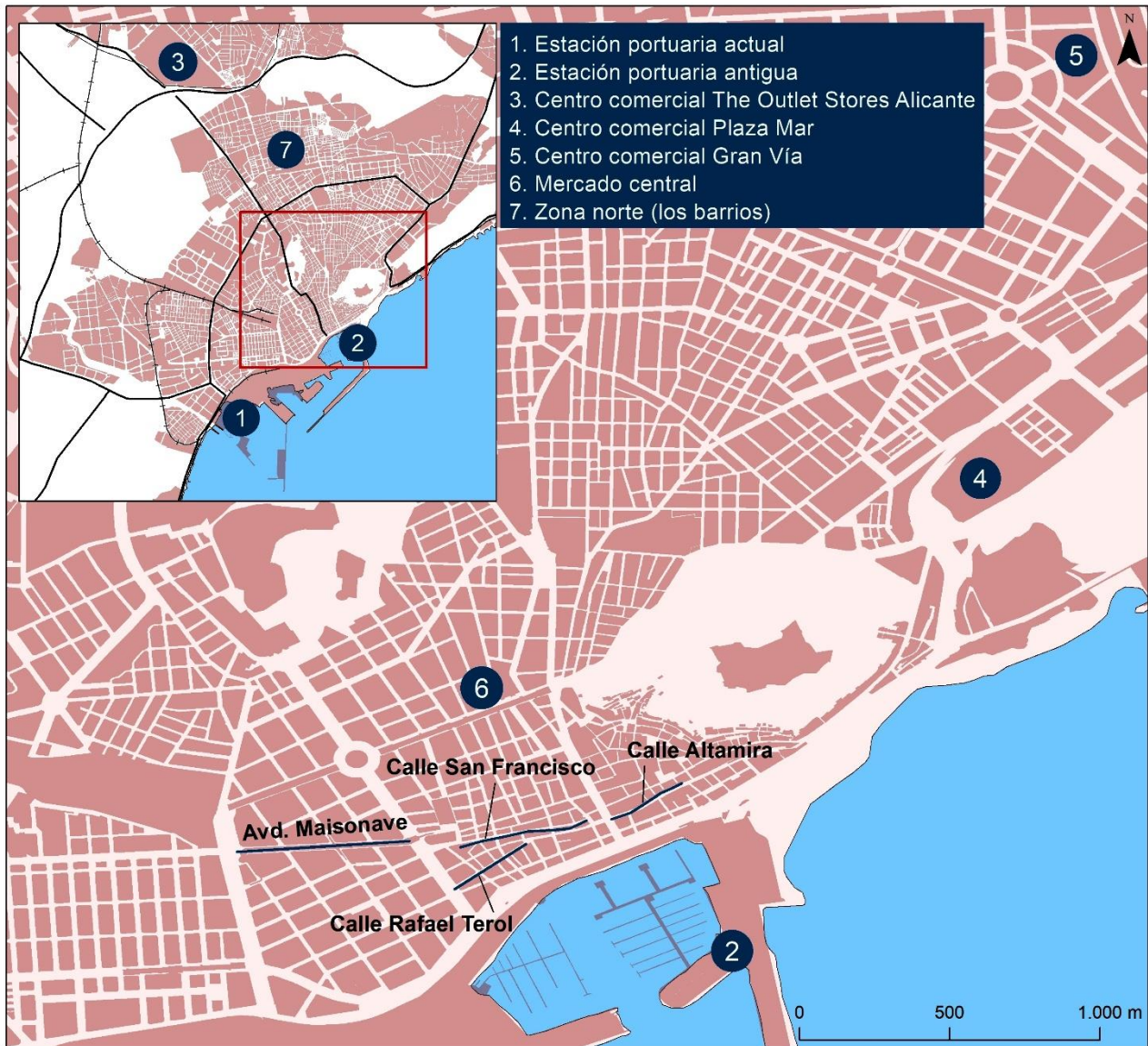
Pese a llevarse grandes cantidades de género, los argelinos suelen comprar como clientes normales, es decir al por menor y eligiendo las tallas y los diseños al gusto de la demanda y la cultura argelina, poco interesada por las tallas muy pequeñas y las muy grandes.

Fuera de los centros comerciales cabe destacar sobre todo la zona comercial del centro urbano. Allí hay varios tipos de establecimientos donde los pequeños comerciantes (no tanto los transportistas) van sobre todo cuando se quedan varios días buscando ofertas y oportunidades. Por una parte, están los negocios de electrónica, de calzado, los supermercados con sus marcas blancas y el mercado central donde se aprovisionan de cajas de alimentos y especialmente de fruta. Por otra parte, está la zona de la calle más comercial de la ciudad, la avenida Maisonnave y sus alrededores, donde se encuentran tiendas de ropa de gama media, los grandes almacenes y algún *outlet*.

Más allá del centro urbano están los polígonos industriales, los otros centros comerciales, y las zonas comerciales en las vías de salida de la ciudad donde encontramos varios *outlets* y las tiendas de ciertas marcas. En concreto cabe destacar el centro comercial The Outlet Stores Alicante con *outlets* de Mango, de El Corte Inglés y de Nike; el polígono industrial Parque Empresarial de Elche con *outlets* de calzado y de ropa; y la salida en dirección a Valencia a la altura del municipio de San Juan de Alicante.

Finalmente están los lugares de alojamiento y almacenamiento o sólo de almacenamiento. En los años ochenta los comerciantes se alojaban sobre todo en pensiones del centro urbano. Quedan algunas de estas pensiones, pero actualmente suelen alquilar pisos de conocidos argelinos e incluso naves industriales en el caso de los grandes comerciantes.

Plano. Espacios más visitados por los comerciantes argelinos en el área de la ciudad de Alicante



Elaboración del plano: Gabino Martín-Serrano Rodríguez.

El “gran trasiego” en la estación portuaria de Alicante

Una vez comprada o recogida la carga los argelinos que han ido a la ciudad van regresando a la estación portuaria, los primeros en volver son los transportistas que han ido a *tiro hecho* y que llegan sobre las doce de la mañana. A medida que van llegando van dejando la carga en la sala de espera de la estación portuaria⁸, cada tipo de producto siempre en el mismo espacio. A partir de entonces y hasta las cuatro, se inicia un trasiego muy planificado y marcado por el sonido constante de las cintas adhesivas.

Los comerciantes y los transportistas empiezan el ritual de desempaquetar el género y prepararlo para pasar la aduana española colocando meticulosamente cada artículo en su sitio en función de las posibilidades de que lo incaute la policía y del tiempo y del dinero que deberían dedicar para tramitar formalmente su salida a través del transitario. Por lo general hay que sacar la mercancía de España sin que parezca lo que es: no hay que salir con series⁹ puesto que eso sería exportación al

⁸ En verano, cuando hay mucho tránsito, la autoridad portuaria habilita fuera de la estación un espacio con carpas para que puedan realizar el intercambio sin estorbar.

⁹ Las series son muchas unidades de un mismo modelo y marca, por ejemplo, veinte pares de zapatillas idénticas.

por mayor para la que no tienen licencia. Saben que algunos productos en cantidades moderadas como la ropa o los alimentos (ejemplo: veinte pantalones) no se detectan en el escáner ni llaman la atención del aduanero en Alicante por lo que los distribuyen entre las demás cosas. Otros artículos, fáciles de esconder por ser pequeños y sobre todo poco numerosos pueden llevarse encima y ocultarse entre los diferentes bultos esperando que no los registren demasiado. Otros objetos, caros, detectables, numerosos o con el 21% de IVA (ejemplo: videojuegos, perfumes, *smartphones*...) van por la empresa transitaria, la que gestiona el tránsito de la aduana formalizando la exportación de los objetos¹⁰. Pero, sobre todo, todos los comerciantes y transportistas se intercambian entre ellos el género para no llevar demasiados artículos iguales. Todos conocen las equivalencias¹¹ de forma a intercambiar con cada compañero objetos por un valor parecido para que, en caso de que la mercancía de una persona sea confiscada, los que han intercambiado con ella puedan quedarse con sus productos.

Los comerciantes argelinos entran como turistas extracomunitarios no residentes en la UE con lo que tienen derecho a recuperar el IVA presentando la mercancía y la documentación (factura, pasaporte, tarjeta de embarque...) a la Policía Nacional del aeropuerto o acudiendo al transitario. Pero este trámite se lleva tiempo y la eventual comisión del transitario, además de ser azaroso¹² y de quedar registrado con todo detalle, lo que como exportadores *invisibles* les puede llegar a perjudicar. Es por lo que siempre sopesan qué objetos merece la pena formalizar.

A las cuatro de la tarde empieza la facturación. Los pasajeros tienen derecho a embarcar con un máximo de dos bultos como equipaje de mano. El resto debe ir al *fret*, es decir facturarse e ir en la bodega del barco a razón de diez euros por bulto. Es evidente que la estación portuaria, inaugurada en 2007, ha sido pensada para argelinos que viajan cargados: hay oratorio, tiendas, oficinas, cafés, restaurante *halal*, aseos adaptados y rampas en lugar de escaleras.

El servicio del *fret* se hizo concretamente pensando en los comerciantes y transportistas, ya que no está disponible en los otros puertos como el de Valencia y Almería, y también para facilitar la labor de los policías y aduanas de aquí, que se quejaron en más de una ocasión. (Entrevista D7)

Tras la facturación se pasa la aduana española que no suele plantear problemas a la salida de las mercancías puesto que mayoritariamente es legal, tienen las facturas, está todo bien colocado e intercambiado, con lo que, formalmente, llevan compras personales al por menor. La policía del puerto de Alicante está acostumbrada a este trasiego desde hace décadas, sabe de lo que se trata y conoce el perfil de los que van y vienen cosa que no sucede en Valencia y Almería, los otros puertos con conexiones -mucho más recientes- hacia Argelia¹³.

¹⁰ En este caso el transitario tramita la salida de España, pero no la entrada en Argelia. Una vez pasada la aduana, y antes de llegar al barco, un encargado de la empresa transitaria les devuelve la mercancía documentada.

¹¹ Ejemplo: un *smartphone* puede intercambiarse por diez zapatillas.

¹² Según varios entrevistados el trámite sólo suele ser posible cuando queda poco tiempo y se les devuelve el IVA en dólares o en dinares (al cambio oficial).

¹³ En Valencia los pasajeros que toman la línea Valencia – Mostaganem deben subir a un autobús para llegar al muelle, hay escaleras en la estación portuaria y no hay *fret* en el ferry con lo deberían cargar todos los bultos.

No solemos tener ningún problema con los policías o aduanas aquí en Alicante... alguna vez me quitaron una mercancía que estaba empaquetando, porque no tenía la factura encima, pero al final me la devolvieron cuando el jefe presentó las facturas... aquí son correctos". (Entrevista T2)

Es una de las razones por las que, incluso si se compra género en esas ciudades, todo el *cabas* pasa por Alicante. Para España se trata de un comercio informal que sale del país manteniendo las formas y que no es ilegal ni clandestino. Es bastante raro que en la línea Alicante - Orán se incauten mercancías ilegales como drogas. Todos los actores que participan en este comercio no tienen interés en que, en paralelo a ellos, otros transporten mercancías ilegales en "su barco"¹⁴.

El viaje de vuelta y la llegada a Orán

Una vez zarpado el barco de Alicante, a las ocho de la tarde, los comerciantes y transportistas se expanden en el suelo de los pasillos, de la recepción y de los salones de butacas, y preparan concienzudamente sus mercancías para el paso de la frontera argelina donde la mirada es distinta a la de la aduana de salida de España. Colocan los artículos devueltos por el transitario, reintercambian algunos productos, reubican otros ante la necesidad de alternarlos y presentarlos de una manera diferente, cauta y discreta. El barco tiene su llegada prevista a las ocho de la mañana siguiente. Al contrario de lo que sucede con el viaje de ida van cargados, estresados y no tienen prisa en desembarcar. Tienen la esperanza de que, cuanto más tarden en pasar, más posibilidades haya de que los policías argelinos tengan prisa por terminar y no les registren. Es el momento más delicado de todo el viaje. El comercio transfronterizo desde España forma parte del paisaje comercial, social y económico de gran parte de Argelia desde hace décadas, pero esos productos son introducidos en el país sin autorización de importación y sin pagar impuestos ni aranceles. La entrada en Argelia de estas mercancías no cumple con la legislación, aunque es lícita y tolerada.

Al cruzar la aduana, la policía de fronteras registra a una mayoría de los comerciantes y transportistas, y de vez en cuando, ni siquiera una vez en cada barco, confisca la carga a uno de ellos elegido de forma aleatoria o al menos sin que nadie sepa qué criterios siguen en su elección. Aquel que pierden mercancía se resigna y no delata a los compañeros.

En ciertas ocasiones los transportistas que trabajan para grandes comerciantes acuden a su patrón que consigue recuperar el género. No es raro que estos grandes comerciantes se hayan encargado previamente de "comprar la ruta" para que sus transportistas crucen la frontera con ciertas garantías o puedan recuperar la mercancía en caso de que les sea decomisada. Los pequeños comerciantes se arriesgan más, aunque de una manera o de otra todos tienen algún contacto en el puerto de Orán. Como dicen ellos mismos en dialectal "no haríamos este trabajo sin haber *cosido la ruta*" con anterioridad¹⁵. Y es una razón por la que todo el *cabas* pasa por Orán, incluso si el destino final es Mostaganem o Ghazaouet que tienen conexiones de ferry con España. Aun así, todos llegan a Orán con estrés y temor a que su contacto les falle o a que hayan cambiado a todos aduaneros, lo cual es muy corriente en el puerto de Orán. Una vez superada la aduana salen rápido porque mientras están en el puerto siguen expuestos a controles.

Nada más pasar el control de la policía y de la aduana abandonamos inmediatamente el puerto, no nos esperamos hasta recoger el resto de las cosas que mandamos por el *fret*,

¹⁴ La prensa sí que informa con cierta regularidad de como coches de gama alta son robados en Europa y embarcados en los puertos españoles, incluido Alicante, para ser vendidos en Argelia o en los países del Sahel.

¹⁵ "No hace falta que te explique con detalles como funciona esto... tú eres argelina, y sabes perfectamente como va esto...". (Entrevista C5)

porque mientras sigas en el puerto o incluso a dos o tres kilómetros fuera de allí, te puede interferir una patrulla móvil de aduanas y te vuelve a registrar. (Entrevista T4)

Van en taxi a dejar los bultos de mano al lugar de encuentro para luego volver al puerto a recoger lo que han dejado en el *fret*. La reunión es para todos a las dos de la tarde en la *Place Plateau*: la explanada-aparcamiento ubicada en la estación de ferrocarril de Orán, un lugar suficientemente amplio y tranquilo para devolver el género, entregar la mercancía a los comerciantes e intermediarios de Argelia, hacer cuentas y cobrar comisiones por la faena realizada. A partir de allí los productos son guardados en almacenes (en espera de que llegue la temporada adecuada) o redistribuidos en una red de tiendas, no de mercadillos, de la ciudad, de la región y hasta el sur de Argelia.

Conclusión

Desde los años setenta, Alicante se ha convertido, al igual que algunos puertos mediterráneos europeos, en un espacio donde argelinos se abastecen de productos de consumo fuertemente demandados en su país para exportarlos a través del ferry Alicante – Orán. Superado el ciclo de los bazares de los años ochenta y noventa, en la actualidad estos argelinos compran en Alicante sobre todo electrónica, alimentos y moda de marcas globales en franquicias, centros comerciales y *outlets* de polígonos industriales. Se trata de un trasiego a dos niveles: el pequeño comerciante que carga tres o cuatro bultos en el ferry, y el gran comerciante que trabaja con transportistas que le llevan la mercancía en el barco.

Son muchos y a menudo precarios o efímeros los factores que frenan o refuerzan esta actividad. El comercio informal a través del ferry se encuentra constantemente en un equilibrio inestable sometido a los cambios políticos, sociales y económicos. Pero, de una u otra manera podemos decir que, incluso durante larga interrupción del ferry forzada por la pandemia de COVID-19, los productos comprados en España encuentran siempre su camino a Argelia. El puerto de Alicante sigue siendo la bisagra de un sistema que mueve al menos millones de euros entre la red de demanda argelina de tiendas y de consumidores finales, y la red de oferta en España de tiendas, intermediarios y fabricantes.

Como en tantas otras fronteras del mundo el comercio transfronterizo es una actividad informal, pero tolerada, pues hay una importante demanda y numerosas personas, más o menos poderosas, que se benefician de ella a ambos lados de la frontera. Las administraciones directamente implicadas conocen y por norma general no entorpecen este intercambio. El Consulado de España concede visados a los comerciantes, la policía española observa en el puerto todo el trasiego que transforma el género en compras personales al por menor, la autoridad portuaria de Alicante diseña una estación portuaria, alejada del centro urbano, pero habilitada para este tránsito, y la administración argelina tolera la entrada de estas importaciones invisibles. Discretamente, el negocio entre comerciantes españoles y argelinos sigue adelante.

Bibliografía

BIERNACKI, Patrick y WALDORF, Dan (1981): "Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling", *Sociological methods and research*, vol. 10, nº 2, pp. 141-163. DOI: [10.1177/004912418101000205](https://doi.org/10.1177/004912418101000205)

BOURDIEU, Pierre (2001): *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouwer (2a ed.).

BUSTOS GARCIA DE CASTRO, Rafael (2006): "Las relaciones España-Argelia, una mirada desde España", *Anuario internacional CIDOB*, nº 1, pp. 499-506, disponible en https://www.cidob.org/es/articulos/anuario_internacional_cidob/2006/las_relaciones_espana_argelia_una_mirada_desde_espana [consulta: 17 de septiembre de 2021]

CABEZÓN FERNÁNDEZ, María Jesús (2017): "Las migraciones en la agenda hispano-argelina. De la realidad social y la invisibilidad bilateral", *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, nº 22, pp. 77-108. DOI: [10.15366/reim2017.22.004](https://doi.org/10.15366/reim2017.22.004)

CHAKOUR, Said y PERRET, Cécile (2007): "Le commerce informel en Algérie", *Critique économique: La revue des économistes critiques*, pp. 15-36, disponible en <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00998706/> [consulta: 17 de septiembre de 2021]

CHEIKH, Meriem y PERALDI, Michel (2009): *Des femmes sur les routes: Voyages au féminin entre Afrique et Méditerranée: expériences et compétences*, Casablanca, Le Fennec; Paris, Khartala.

CLOT, Jean (2013): "Acercamiento conceptual a las prácticas económicas informales en los pasos fronterizos entre México y Guatemala", *Diacronie: Studi di Storia Contemporanea*, nº 13, 1. DOI: [10.4000/diacronie.740](https://doi.org/10.4000/diacronie.740)

ESCRIBANO, Gonzalo (2015): "Argelia aprueba un presupuesto al límite", *Análisis del Real Instituto Elcano*, ARI 72/2015.

FUENTES LARA, Cristina (2019): "El papel del tercer sector de la región fronteriza hispano-marroquí en la situación de las mujeres porteadoras en Ceuta", *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, nº 26, pp. 140-155. DOI: [10.15366/reim2019.26.009](https://doi.org/10.15366/reim2019.26.009)

HADIBI, Zahir (2018): *Étude sociologique comparative des activités informelles des unités économiques et sociales des frontières*, [Tesis doctoral], Universidad de Murcia, disponible en <http://hdl.handle.net/10201/70228> [consulta: 25 de noviembre de 2021]

KHATIB, Sofiane (2007): "Boom inversor en Argelia: ¿hacia un modelo de desarrollo sostenible?", *Análisis del Real Instituto Elcano*, ARI 110/2007

MARTÍN, Iván (2003): "La política económica en Argelia (1999-2002) ¿Hacia una solución económica a la crisis?", *Documentos de trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, nº 4, pp. 1-43, disponible en <http://eprints.ucm.es/6803/> [consulta: 17 de septiembre de 2021]

MOUSSAOUI, Nabila (2015): "Le trabendo ou la mondialisation par la marge", *Politique africaine*, vol. 1, nº 137, pp. 117-128. DOI: [10.3917/polaf.137.0117](https://doi.org/10.3917/polaf.137.0117)

PERALDI, Michel (2016): "Le 'commerce migratoire' euroméditerranéen", *Politique étrangère*, nº 4, pp. 35-46. DOI: [10.3917/pe.164.0035](https://doi.org/10.3917/pe.164.0035)

PERALDI, Michel (dir.) (2001): *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Paris, Maisonneuve & Larose.

PEREGIL, Francisco (2018): "Argelia se aprieta el cinturón. El Gobierno de Buteflika prohíbe importar 851 productos para superar la crisis de la bajada de precios del petróleo", *Diario El País*, 29 de enero de 2018, disponible en

https://elpais.com/internacional/2018/01/25/actualidad/1516901446_709237.html?event_log=oklogin [consulta: 17 de septiembre de 2021]

PIART, Luisa (2010): “Des mondes marchands mobiles: les commerçantes à la valise ouzbèkes”, en LARUELLE, Marlène (ed.): *Dynamiques migratoires et changements sociétaux en Asie Centrale*, Paris, Pétra, pp. 247-271.

PIART, Luisa (2012): “Le lien entre le commerce à la valise et l’industrie de la confection à Istanbul”, *Anatoli*, 3, pp. 25-40. DOI: [10.4000/anatoli.423](https://doi.org/10.4000/anatoli.423)

RIBAS-MATEOS, Natalia y MANRY, Véronique (eds.): *Mobilités au féminin. La place des femmes dans le nouvel état du monde*, Paris, Khartala.

RIBAS-MATEOS, Natalia y SEMPERE SOUVANNAVONG, Juan David (2006): “El negocio de la maleta en Alicante y Tánger: Descifrando el circuito mediterráneo”, en BELTRÁN, Joaquín; OSO, Laura y RIBAS-MATEOS, Natalia (coords.): *Empresariado étnico en España*, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y Fundación CIDOB, pp. 289-310, disponible en <http://hdl.handle.net/10045/57393> [consulta: 17 de septiembre de 2021]

SCHMOLL, Camille (2002): “Ni sédentaires, ni oiseaux de passage: les Algériens à Naples”, *Villes École Intégration Enjeux*, pp. 64-78, disponible en <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00252015/> [consulta: 17 de septiembre de 2021]

SEMPERE SOUVANNAVONG, Juan David (2000): “El tránsito de argelinos por el puerto de Alicante”, *Investigaciones Geográficas*, nº 24, pp. 111-130. DOI: [10.14198/INGEO2000.24.06](https://doi.org/10.14198/INGEO2000.24.06)

SEMPERE SOUVANNAVONG, Juan David y BENKAAKAA, Zoulikha (2021): “Évolution des migrations clandestines de l’Algérie vers l’Espagne?”, en BELLIS, Gil; CARELLA, Maria; LÉGER, Jean-François y PARANT, Alain (coords.): *Populations et crises en Méditerranée*, Milano, Franco Angeli, pp. 183-198, disponible en <http://ojs.francoangeli.it/omp/index.php/oa/catalog/book/638> [consulta: 17 de septiembre de 2021]

TARRIUS, Alain (1992): *Les fourmis d’Europe. Migrants riches, migrants pauvres et nouvelles villes internationales*, Paris, L’Harmattan.

TARRIUS, Alain (1998): *Arabes de France dans l’économie mondiale souterraine*, La Tour-d’Aigues, Éditions de l’Aube.

TARRIUS, Alain (2010): “Pobres en migración, globalización de las economías y debilitamiento de los modelos integradores: el transnacionalismo migratorio en Europa meridional”, *Empiria. Revista de metodología de Ciencias Sociales*, nº 19, pp. 133-156. DOI: [10.5944/empiria.19.2010.2017](https://doi.org/10.5944/empiria.19.2010.2017)

TARRIUS, Alain (dir.) (2020): *Naissance d’un peuple européen nomade. La route cosmopolite de la mondialisation par le bas de la Turquie au Maroc par les Balkans et l’Italie*, Canet, Trabucaire.

THIEUX, Laurence (2007): “Las relaciones hispano-argelinas desde el final de los años ochenta: el laborioso camino hacia un verdadero partenariado estratégico”, *Anales de Historia Contemporánea*, nº 23, pp. 241-256, disponible en <https://revistas.um.es/analeshc/article/view/54401> [consulta: 17 de septiembre de 2021]