

L'empresariat immigrant a Espanya

Autors: Carlota Solé, Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti (amb la col·laboració d'Albert Terrones, Paula Martínez, Enrique Ortega i David Garcia), GEDIME, 2007.

Resum executiu elaborat per Sònia Parella i Rubio

Resum executiu

- Encàrrec de l'Obra Social de la Fundació de "la Caixa", amb la finalitat de generar un coneixement millor del complex procés d'incorporació de les poblacions d'origen immigrant al sistema socioeconòmic espanyol.
- Els negocis regentats per persones d'origen immigrant, provinents de països no comunitaris, estan transformant el context econòmic i urbà de les ciutats. Es tracta generalment de petits negocis de base familiar. Comencen a proliferar durant la dècada dels noranta, sobretot en barris amb una marcada concentració de població estrangera. Amb l'arribada del nou segle, la seva expansió és cada cop més perceptible en molts barris i ciutats de tota la geografia espanyola.

Objectius

L'objectiu principal d'aquest estudi és presentar una tipologia, de caràcter qualitatiu, dels perfils dels empresaris d'origen immigrant procedents de països no comunitaris a Espanya, i de les característiques dels seus negocis. La recerca s'aproxima a la seva complexitat i l'heterogeneïtat pel que fa a: les causes per les quals alguns immigrants decideixen establir-se pel seu compte; els tipus d'iniciatives empresarials; les estratègies de gestió i funcionament d'aquests negocis; les pautes de mobilitat social d'aquestes trajectòries empresarials incipients; la transformació econòmica i social induïda, i, per acabar, els seus vincles i la seva relació amb l'entorn, en la societat receptora. Així, s'aprofundeix en el coneixement d'un nombre creixent d'immigrants amb menys aversió al risc, que destaquen en termes econòmics i d'estatus social sobre el conjunt. Es tracta d'il·lustrar, en termes de representativitat tipològica, els trets i el potencial de les empreses regentades per immigrants. Aquesta anàlisi es fa a partir de l'estudi de tres contextos socioespacials concrets, en els quals es dona una alta concentració de població estrangera: els barris del Raval (Barcelona), Lavapiés (Madrid) i Russafa (València).

- La investigació intenta anar més enllà de l'estudi de les iniciatives empresarials estrictament comercials dels immigrants. S'aproxima als empresaris d'origen immigrant tenint en compte la creixent heterogeneïtat interna del col·lectiu i l'ampli espectre d'activitats empresarials que duen a terme. Malgrat que moltes de les iniciatives emprenedores dels immigrants tenen lloc en l'àmbit de les microempreses i en el comerç com a activitat principal (és el cas de les botigues, els bars, les agències de viatge, les perruqueries, els locutoris, etc.), són cada cop més habituals altres tipus d'activitats empresarials, com ONG, agències de cooperació internacional, associacions culturals, espais educatius, mitjans de comunicació social, empreses de serveis domèstics, empreses de reformes i construcció, professionals liberals com ara odontòlegs, gabinets jurídics, etc.
- En aquesta investigació s'utilitza el terme *ètnic*, en sentit estricte, a l'hora de referir-se i identificar aquest tipus d'iniciatives empresarials, en contrast amb la tendència arrelada en aquest camp. La investigació sobre l'empresariat ètnic està dominada pels científics socials que posen l'èmfasi en les característiques etnoculturals dels processos d'incorporació laboral de la població immigrant i de les minories ètniques. La utilització del terme *negoci* o *empresariat ètnic* ho demostra. A Espanya, aquest terme ha estat importat en les investigacions fetes fins ara. L'ús apriorístic de l'etiqueta «ètnica» per designar els negocis regentats per immigrants contribueix a afeblir la imatge d'aquests empresaris i a reproduir l'imaginari negatiu de la categoria «immigrant», com a categoria social fundada en estereotips com: la pobresa, la marginalitat o la delinqüència. És per això que aquesta recerca opta per una definició restringida de negoci ètnic. Es refereix a aquelles activitats practicades per persones

que utilitzen els seus recursos de solidaritat ètnica per aconseguir finançament, subministrament de productes, reclutament de personal, i que dirigeixen els seus productes i serveis específics cap als seus connacionals.

- Els objectius i les hipòtesis d'aquesta investigació es concreten a partir de tres nivells d'anàlisi diferenciats:

i) Aproximació a l'empresariat d'origen immigrant en qualitat d'actor individual, intentant donar resposta a les preguntes següents: per què decideixen crear els seus propis negocis?; fins a quin punt es tracta d'empresaris innovadors, d'empresaris que estableixen negocis fruit de la «necessitat», o bé d'una combinació de tots dos casos?; quines característiques presenten els negocis segons activitat, mida, clientela i relacions ocupador-empleat?; quines estratègies utilitzen aquests negocis per mantenir i explotar els seus mercats?

ii) Estudi del capital social dels empresaris, ja que es tracta d'agents que no operen en el buit social, sinó incrustats en xarxes socials (els «recursos ètnics»).

iii) Anàlisi de la relació i els vincles entre les iniciatives empresarials dels immigrants i la transformació de l'estructura econòmica urbana. Aquesta anàlisi es fa a partir de l'estudi del cas de tres contextos socioespacials concrets, en els quals es dona una alta concentració de població estrangera: els barris del Raval (Barcelona), Lavapiés (Madrid) i Russafa (València).

Metodologia

- Aquest estudi s'elabora a partir d'una «aproximació multimètode». Combina, d'una banda, una aproximació quantitativa, a partir de les dades recollides en registres i estadístiques oficials (bàsicament l'estadística de treballadors estrangers afiliats a la Seguretat Social en el Règim Especial de Treballadors Autònoms), amb una aproximació qualitativa, que consisteix en l'ús de l'entrevista en profunditat. Durant el període entre març i novembre del 2006 s'han dut a terme 51 entrevistes en profunditat: 21 a l'àrea metropolitana de Madrid, 15 a l'àrea metropolitana de Barcelona i 15 a la ciutat de València. Les persones entrevistades han estat seleccionades pels criteris d'accessibilitat i d'heterogeneïtat, pel que fa a varietat i tipicitat: activitat de l'empresa, àrea o país d'origen de l'empresari, lloc d'emplaçament del negoci i sexe de l'empresari.
- Atesa la importància de la dimensió socioespacial, es presenta la contextualització de les iniciatives empresarials d'immigrants a tres barris —el Raval de Barcelona, Lavapiés de Madrid i Russafa de València. L'anàlisi contextualitzadora es fa en tres zones urbanes caracteritzades per l'alta concentració de població estrangera i per la important proliferació d'immigrants que culminen iniciatives empresarials aprofitant una conjuntura favorable (abandonament i tancament de comerços regentats per autòctons, existència de clients connacionals amb demandes de consum no satisfetes, etc.). Les tres zones s'estudien a partir de fonts secundàries i del «llibre de camp» elaborat pels investigadors durant la realització del treball de camp. Si bé als tres barris es diagnostiquen elements comuns, és possible identificar-hi «estructures d'oportunitats» diverses pel que fa al tipus de població estrangera resident, estructura i dinamisme comercial, capacitat d'atracció de clients no residents, saturació dels mercats i perspectives de desenvolupament de les iniciatives empresarials de la població immigrant.
- La teoria de la «incrustació mixta», perspectiva teòrica adoptada en aquesta investigació, constitueix una de les aproximacions teòriques principals sobre el fenomen de les iniciatives emprenedores dels diferents grups ètnics. Aquestes es

presenten, de manera resumida, al capítol I. A més de la visió teòrica, és útil conèixer empíricament la situació de l'empresariat d'origen immigrant a Espanya (capítol II). En aquest capítol es mostra l'anàlisi de les dades quantitatives —a partir de les dades sobre treballadors estrangers afiliats al Règim Especial de Treballadors Autònoms de la Seguretat Social— a Espanya, alhora que es compilen els requisits legals exigits als estrangers per establir-se per compte propi, o com a autònoms.

- Atesa l'escassetat de dades estadístiques disponibles i la seva poca precisió, es complementa l'estudi amb tècniques qualitatives d'investigació, com l'entrevista en profunditat. L'anàlisi dels resultats de les entrevistes en profunditat, fetes als empresaris immigrants, constitueix l'element central d'aquesta investigació. Els tres pròxims capítols tracten les qüestions següents. En primer lloc, les causes que expliquen per què alguns immigrants decideixen treballar pel seu compte, en el context espanyol (capítol III). En segon lloc, el capítol IV classifica els diferents tipus de negocis que regenten els empresaris d'origen immigrant. La tipologia s'estableix en funció del tipus de producte o servei, l'orientació del negoci, el tipus de mercat i la presència d'elements transnacionals o no. En tercer lloc, el capítol V mostra el funcionament dels negocis regentats pels immigrants. A aquest efecte, s'analitzen les experiències de les persones entrevistades, les seves estratègies per fer front a la competència; la relació dels empresaris amb l'entorn urbà en el qual s'insereixen; la relació entre les iniciatives empresarials i els processos de mobilitat social ascendent, com també les expectatives dels empresaris sobre la seva futura trajectòria empresarial i el seu projecte de retorn.
- D'altra banda, la contextualització territorial de la realitat empírica de les iniciatives empresarials dels immigrants en entorns urbans posa en relleu els condicionants estructurals i institucionals de les activitats empresarials. El capítol VI s'aproxima al context socioespacial dels negocis d'immigrants ubicats als tres barris esmentats —el Raval (Barcelona), Lavapiés (Madrid) i Russafa (València). Permet conèixer les dinàmiques i les especificitats d'aquests tres entorns, amb una elevada concentració de població immigrant. Als barris coexisteixen i conviuen negocis regentats per autòctons amb les creixents iniciatives empresarials d'origen immigrant.

Resultats

- Pel que fa als principals resultats de la recerca, l'anàlisi de les entrevistes en profunditat fetes a immigrants emprenedors a Barcelona, Madrid i València permet avançar en el coneixement científic de les causes que expliquen per què alguns immigrants decideixen treballar, pel seu compte, en el context espanyol. Tot seguit, presentem una tipologia de les diferents causes, agrupades a partir de tres tipus de factors explicatius:
 - En primer lloc, l'«enfocament del desavantatge» (*disadvantage thesis*), que explica la propensió d'alguns immigrants cap a l'autoocupació com a reacció a les barreres i obstacles, tant en l'accés com en la mobilitat, als quals s'enfronten en el mercat de treball. Un mercat de treball segmentat a partir del gènere, l'ètnia i l'edat ofereix poques oportunitats a la força de treball immigrant.
 - En segon lloc, l'enfocament de les «estructures d'oportunitats favorables» atribueix la decisió d'establir una empresa a un entorn econòmic, social i legal que afavoreix la creació de negocis. En aquest cas, es tracta d'entrevistats que atribueixen la gènesi del seu projecte emprenedor a la percepció d'un «context de recepció» adequat, com l'existència de consumidors amb

demandes no satisfetes, mercats poc explotats, amb escassa competència, o bé normatives i condicions d'accés als negocis que facilitin la via empresarial.

- En tercer lloc, un tercer enfocament que cal tenir en compte per entendre les motivacions dels immigrants emprenedors és el que emfatitza les característiques de l'immigrant i del grup familiar o col·lectiu al qual pertany. Els «recursos de classe» i els «recursos ètnics» són elements determinants tant del sorgiment com de la supervivència d'aquests negocis. Malgrat l'existència de barreres a la integració laboral dels immigrants com a assalariats i d'unes «estructures d'oportunitats» concretes, no som davant d'un col·lectiu homogeni. Elements etnoculturals, com els valors i els patrons de conducta, que es transmeten a través d'una socialització emprenedora, com també els elements de caràcter material, llegats a través de l'herència familiar (propietat privada dels mitjans de producció i distribució, patrimoni, capital humà, capital financer), expliquen una propensió més o menys gran cap a l'autoocupació.
- Així mateix, l'estudi identifica cinc perfils diferenciats de tipus d'empresa endegades per immigrants emprenedors. La tipologia obtinguda permet classificar la varietat d'iniciatives identificades en el nostre treball de camp segons una sèrie de dimensions: tipus de producte o servei que s'ofereix, zona d'ubicació, característiques de la mà d'obra, dimensió transnacional i tipus de clientela o públic al qual s'orienta el negoci. Aquesta tipologia és interpretada en l'apartat de conclusions des del marc de la teoria de la «incrustació mixta», de manera que es vinculen els diferents tipus de negocis dels immigrants identificats a les dinàmiques socials, econòmiques i polítiques que defineixen el model d'incrustació dels empresaris immigrants a Espanya.

Tipologia de les empreses regentades per immigrants a Espanya

Tipus d'empresa	Zona d'ubicació	Mà d'obra	Perfil nacional / transnacional	Públic/ consum
Empreses d'orientació ètnica (diaris, forns de pa, carnisseries <i>halal</i> , etc.)	Àrea de concentració residencial d'immigrants	Immigrants majoritàriament	Promou els vincles transnacionals	Immigrants majoritàriament
Empreses circuit (locutoris, missatgeria, enviament de diners, etc.)	Àrea de concentració residencial d'immigrants	Immigrants majoritàriament	Promou els vincles transnacionals	Immigrants majoritàriament
Empreses especialitzades en població immigrant Ofereixen serveis o productes per als connacionals o migrants en general (immobiliàries, assessoria jurídica, professionals liberals,	Àrea de concentració residencial d'immigrants	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Immigrants, autòctons i estrangers en general

Tipologia de les empreses regentades per immigrants a Espanya

Tipus d'empresa	Zona d'ubicació	Mà d'obra	Perfil nacional / transnacional	Públic/ consum
ONG, etc.)				
Empreses que exploten allò que és exòtic Fan servir l'ètnic com a exòtic per a un públic ampli (alguns restaurants, botigues d'artesanía, teràpies alternatives, festa i animació, etc.)	Agrupació sectorial d'acord amb les característiques del producte	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Immigrants, autòctons i estrangers en general
Empreses generalistes (bars, establiments d'electrodomèstics i d'informàtica, empreses de construcció, informàtica, supermercats, etc.)	Agrupació sectorial d'acord amb les característiques del producte	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Immigrants, autòctons i estrangers en general

- Finalment, de la investigació es desprèn la necessitat d'incorporar l'estudi de l'empresariat immigrant en les anàlisis sobre mobilitat social, les quals sovint es restringeixen a l'estudi de les trajectòries laborals com a assalariats. La via empresarial com a estratègia de mobilitat social s'interpreta des d'una dimensió ètnica, de gènere i generacional.
 - Pel que fa a l'ètnia o a la pertinença a una comunitat determinada, l'estudi en profunditat dels «recursos de classe» i dels «recursos ètnics» d'un grup determinat –en un context de recepció concret– explica la diferent propensió dels grups a crear empreses, com també el seu impacte diferenciat en termes d'èxit empresarial i de mobilitat social ascendent.
 - El gènere, per la seva banda, constitueix una variable determinant que cal estudiar. El gènere, per raons culturals, condiona l'accés als «recursos ètnics» i, per tant, la probabilitat d'establir un negoci i la manera de gestionar-lo, i també, com es posa de manifest en la nostra investigació, per l'escassetat d'oportunitats laborals d'acord amb el nivell educatiu de les dones immigrants («inconsistència d'estatus»). Es tracta d'un condicionant que fa que, sobretot entre les qui es plantegen l'assentament més o menys definitiu en la societat receptora, considerin l'autoocupació com a projecte de mobilitat laboral a mitjà termini, quan aconsegueixin reunir prou ingressos per establir el seu propi negoci. Ser empresàries constitueix, en aquest cas, l'única estratègia al seu abast per aconseguir la mobilitat social, i abandonar els sectors laborals que els són reservats, com la neteja, la cura d'infants i gent gran, l'hostaleria o la prostitució.
 - La dimensió generacional és igualment un element important en l'estudi futur dels negocis regentats per immigrants, en els anys vinents. Una variable clau en l'estudi de la mobilitat social és l'anàlisi de l'empresarialitat entre els fills

i filles dels immigrants. Això és encara prematur, pel caràcter incipient de la figura de l'empresari immigrant i de les segones generacions a Espanya. L'estudi de les iniciatives empresarials de les noves generacions d'empresaris que succeeixin els immigrants emprenedors pioners constitueix una línia de recerca que cal explorar.