

Una versión posterior de este documento de trabajo se publicó en:

Pérez-Agote, Alfonso; Tejerina, Benjamín y Barañano, Margarita (Coords.) *Barrios Multiculturales. Relaciones interétnicas en los Barrios de San Francisco (Bilbao) y Embajadores/Lavapiés (Madrid)*. Editorial Trotta, Madrid. 2010, ISBN: 978-84-9879-114-3; pp. 260-279

Nota: El anexo metodológico aquí recogido hace referencia al material empírico del conjunto del libro. Remitimos al mismo para una presentación detallada de la investigación (objetivos, hipótesis de partida...).

6.3 Empresarialidad inmigrante: inmigración y comercio en Embajadores/Lavapiés

Alberto Riesco-Sanz.

En un estudio de finales de la década de 1980, Bonacich y Light definían la empresarialidad inmigrante como la presencia significativa del autoempleo dentro del grupo inmigrante. Empresarialidad inmigrante sería un término algo más amplio que el de empresarialidad étnica, que se referiría a esta misma tendencia al autoempleo, pero sin hacer alusión al estatuto de extranjero de sus protagonistas. No obstante, ambas formas de empresarialidad no son completamente ajenas entre sí, de manera que la empresarialidad inmigrante puede convertirse en empresarialidad étnica cuando las segundas y siguientes generaciones –nacidas ya en el país de llegada– continúan las iniciativas emprendedoras de sus antecesores inmigrados (Light y Bonacich, 1988:18).

Conforme se producía la constitución de la España inmigrante (Cachón, 2003) - y, con ella, la emergencia en la esfera pública de la inmigración como problema social -, se han ido desarrollando numerosas investigaciones sobre distintos aspectos de la inmigración, incluidos los ejemplos de economías inmigrantes presentes en nuestro país (Arjona, 2005; Solé y Parella, 2005; Riesco, 2003; Oso, Villares y Golías, 2006; Beltrán, Betrisey, López, y Sáiz, 2006; Solé, Parella y Cavalcanti, 2007; Barañano, Riesco, Romero y García López, 2006).

El estudio de la empresarialidad inmigrante en España carece aún de fuentes estadísticas específicas de alcance que permitan al investigador abordar el fenómeno en su complejidad y le posibilite ir más allá de los estudios de caso. Las altas y bajas a la Seguridad Social registradas por personas extranjeras, los censos de matrículas del Impuesto de Actividades Económicas, así como determinados datos procedentes de

estadísticas laborales, como la Encuesta de Población Activa, son las principales estadísticas de carácter nacional o regional de las que se puede extraer información parcial sobre la empresariedad inmigrante.

Esto ha provocado que, salvo excepciones puntuales (Buckley, 1998), la mayoría de estudios sobre empresariedad inmigrante en España se realice desde una perspectiva cualitativa y/o a partir de datos cuantitativos elaborados por el propio investigador *artesanalmente* y, como consecuencia, referidos a áreas geográficas (barrios, municipios...) y poblaciones de referencia pequeñas. Este modo de proceder tiene la ventaja de facilitar los estudios de caso en profundidad, pero dificulta la generalización de los resultados y el conocimiento de muchos aspectos cruciales.

En el año 1998, por medio de datos de 1996 extraídos del Impuesto de Actividades Económicas en la Comunidad de Madrid, se señalaba como principales ramas de actividad de los extranjeros que trabajaban por cuenta propia las siguientes: venta ambulante (21% del total de las altas de extranjeros en el IAE de la CAM), restauración y hostelería (18,2%), construcción (12,2%), comercio al por menor no alimentario (10,2%), reparaciones y transportes (6,4%), comercio al por mayor (5,9%) y comercio al por menor alimentario (5,9%) (Buckley, 1998: 288).

Más recientemente, el comercio y la hostelería han sido señalados como actividades donde se emplean con frecuencia los extranjeros que trabajan por cuenta propia. La Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) (2006) apunta, por ejemplo, que durante el 2005 el comercio y la reparación de vehículos agrupaba al 30,3% de los extranjeros empleados como autónomos en España, mientras que la hostelería suponía el 19,8%. El Barómetro de Economía del Observatorio Económico del Ayuntamiento de Madrid (2005), en un número dedicado a la inmigración y apoyándose en datos del censo de matrículas del Impuesto de Actividades Económicas del año 2002, se hace también eco de la notable presencia de empresarios extranjeros en la construcción y los servicios, incluyendo éstos el transporte, los servicios personales y el comercio (Observatorio Económico del Ayuntamiento de Madrid, 2005).

Por otro lado, en un estudio sobre “inmigrantes emprendedores” en la Comunidad de Madrid, García Ballesteros *et al.* [2006], a partir de datos procedentes del Directorio de Unidades de Actividad Económica del año 2004 desagregados por nacionalidad señala la existencia en la comunidad de Madrid de 4.446 unidades locales de extranjeros, entre las cuales las ramas de actividad predominantes eran el comercio (1.833 locales, el 41,2% de total) y la hostelería (1.055, el 23,7%) [García Ballesteros *et*

al., 2006: 48 y 49]. Comercio y hostelería volverían así a concentrar nuevamente el grueso de las iniciativas “emprendedoras” de los extranjeros (el 65%, casi el 70% si añadimos las “agencias de viajes” y los “locutorios”)¹. La importancia del comercio y la hostelería entre las iniciativas emprendedoras de los extranjeros quedaría también patente en los registros de afiliación a la seguridad social por cuenta propia del Ministerio de Trabajo e Inmigración. Por ejemplo, a 31 de diciembre de 2008, el 19,5% de los extranjeros afiliados a la seguridad social por cuenta propia lo estaba en la rama de actividad del comercio y el 13,8% en la hostelería y la restauración (33,3% entre ambos).²

Comercio y hostelería son, como puede apreciarse, actividades importantes dentro de la “empresarialidad” inmigrante en general y del barrio de Embajadores/Lavapiés en particular. Por ejemplo, según el censo de negocios gestionados por inmigrantes que hemos elaborado en 2008 a partir de los datos sobre matriculaciones al Impuesto de Actividades Económicas de la Cámara de Comercio de Madrid, el 85,2% de las altas registradas por negocios de extranjeros en el barrio lo harían en el epígrafe de “comercio, restauración, hospedaje y reparaciones”, a lo que podríamos añadir el 11,4% que lo hacían en “otros servicios” (en el caso de Lavapiés fundamentalmente locutorios y peluquerías), es decir, que el 96,4% de los negocios de extranjeros en Lavapiés se localizaban en el sector de la distribución (mayorista y minorista) y la hostelería (Riesco, 2010).

Embajadores/Lavapiés se ha caracterizado históricamente por acoger a población de escasos recursos (procedentes primero de la emigración interior de los siglos XVIII y XIX, hoy de la inmigración transnacional) en un entorno urbano fuertemente degradado, carente de servicios básicos y con una presencia muy notable de infravivienda en alquiler. La transformación de Embajadores/Lavapiés en un barrio de asentamiento de población inmigrante se ha acompañado de un crecimiento notable del número de negocios gestionados por inmigrantes: comercios donde adquirir alimentos típicos de los países de origen de los inmigrantes o una simple barra de pan; tomar un té o comer un kebab; enviar dinero y comunicarse con la familia de sus lugares de origen; comprar un destornillador barato; o adquirir al por mayor productos textiles, calzado,

¹ Otras ramas significativas en el trabajo por cuenta propia de los extranjeros serían los trabajos de cuidado (el 8,8% si agregamos las “actividades de servicios personales” y las “actividades sanitarias”) y la construcción (5,9%) [García Ballesteros *et al.*, 2006: 48-49].

² También aquí, la construcción (con el 21% de las altas por cuenta propia) y el personal doméstico (con el 16,6%) son las otras dos ramas de actividad económica donde se concentra el trabajo por cuenta propia de los extranjeros en España.

juguetes y bisutería. Esta última dimensión, la del comercio mayorista, es quizás la principal diferencia de Embajadores/Lavapiés (sobre todo por las dimensiones que ha adquirido) con respecto a otras zonas de Madrid y de España con presencia de iniciativas empresariales de inmigrantes (Solé y Parella, 2005; Sempere, 2000; Aramburu, 2002; Moreras, 2002; Arjona, 2005; Solé, Parella y Cavalcanti, 2007).

Parece conveniente preguntarse en qué consiste, cuáles son las dimensiones y las principales características de los negocios gestionados por inmigrantes en Embajadores/Lavapiés. Por medio de la elaboración propia de un censo de locales gestionados por extranjeros, en julio de 2008 contabilizábamos en el barrio un total de 793 negocios gestionados por inmigrantes (Riesco, 2010). Esta cifra supone un incremento con respecto a los datos de censos similares (Riesco, 2002 y 2008) realizados por nuestra parte en los años 2002 y 2005 y que situaban en 407 y 641 respectivamente el número de estos negocios.³

Por regiones agrupadas de procedencia podemos señalar que la mayoría (el 57,9% en 2008) de los negocios presentes en la economía “étnica” de Lavapiés están vinculados a personas procedentes de "Asia Oriental" (chinos en su mayoría). Les seguirían bastante de lejos "Bangladesh-Pakistán-India" (22,4%) y "Magreb-Oriente Medio" (12,7%) y con una presencia mucho más reducida, "América Latina, Central y Caribe" (3,9%) y "África Subsahariana" (3%). La evolución en los últimos años de estos grupos en la economía “étnica” del barrio ha sido, no obstante, desigual: así, aunque en términos sincrónicos los negocios de ciudadanos procedentes de "Asia oriental" son los predominantes, no son ellos los que registran el mayor crecimiento entre 2002-2008 (un 96,2%), sino los negocios de "Bangladesh/Pakistán/India", que han visto incrementar su número en este periodo en un 143,8%. El resto de regiones de origen muestran un crecimiento muy inferior: 63,2% en el caso de "América Latina,

³ La elaboración del censo de negocios gestionados por inmigrantes en 2002 y 2005 se realizó mediante observación directa en cada una de las diferentes calles que conforman el barrio, y atendiendo a aspectos como su localización espacial, el tipo de actividad al que se dedica y la región de procedencia de sus dueños (teniendo que referirnos a grandes áreas geográficas de procedencia contrastadas con los datos de lugares de origen mayoritarios de la población extranjera en Embajadores/Lavapiés y en Madrid). Para determinar esto último nos hemos apoyado en las características observables (la mayoría de las veces muy evidentes) de los comercios: letreros en lengua extranjera, nombres del comercio, productos a la venta, rasgos físicos de los dependientes, etc. Esta forma de proceder supone tomar como unidad de medida de la empresariedad inmigrante únicamente los locales comerciales y no las personas que participan en ellas, lo que debe ser tenido en cuenta de cara a evaluar su evolución y dimensiones. Para el censo de negocios gestionados por inmigrantes del año 2008 recurrimos a los datos sobre matriculaciones al Impuesto de Actividades Económicas de la Cámara de Comercio de Madrid llevados a cabo por personas de nacionalidad extranjera. Esos datos brutos, fueron posteriormente contrastados, depurados y verificados directamente en Lavapiés. Una explotación más detallada de estos censos y una explicación de sus posibilidades y límites puede verse en (Riesco, 2010)

Central y Caribe"; 55,4% en el caso de "Magreb y Oriente Medio" y 33,3% en el caso de "África Subsahariana" (Riesco, 2010).



Fuente: (Riesco, 2010)

Independientemente de la evolución registrada en los últimos años dentro de cada una de las regiones de procedencia de las que estamos hablando, sí parece confirmarse dentro de la economía “étnica” de Embajadores/Lavapiés un claro predominio de determinadas áreas geográficas: en 2008 "Asia oriental" y "Bangladesh/Pakistán/India" concentraban entre ambas el 80,3% de los negocios regentados por *inmigrantes* en el barrio de Lavapiés (Riesco, 2010).

Estos negocios registraban una clara tendencia a la concentración espacial, no sólo en el barrio de Embajadores, sino en determinadas zonas dentro de él, produciéndose así un claro fenómeno de aglomeración dentro de las pautas de localización de los comercios de inmigrantes, si bien esta tendencia se ha ido atenuando con respecto a años anteriores, no tanto porque haya desaparecido la pauta de concentración comercial como por el hecho de que los negocios se han extendido a más zonas del barrio. Así, por ejemplo, en 2008, apenas 20 calles de las 107 que componen el barrio (el 19%) concentraban 3/4 partes (el 75,7%) de los negocios de la economía “étnica”. Las 10 calles más importantes (que suponían el 9% del total de las calles) concentraban más de la mitad de estos negocios (54,1%), mientras que en tan sólo 5 de ellas (el 5% del total) podíamos encontrar más de uno de cada tres negocios de

inmigrantes en el barrio (35,4%), lo que da a su presencia en el barrio (al ser calles la mayoría de las veces muy de paso) una gran visibilidad (Riesco, 2010).

Los negocios de la economía “étnica” han ido extendiéndose progresivamente por todo el barrio, como muestra el hecho de que, en 2008, el 66% de sus calles contaban con algún negocio vinculado a la población de origen *inmigrante*, aunque es cierto que muchas veces dicha presencia era puramente testimonial y aislada. Pese a esta tendencia espacialmente “expansiva” de la economía “étnica” dentro del barrio, podemos señalar igualmente que se ha incrementado con respecto a 2005 la concentración de los negocios de *inmigrantes* en un reducido número de calles, si bien la concentración actual es inferior a la de 2002 como consecuencia de este crecimiento de la economía “étnica” dentro del barrio al que nos acabamos de referir (Riesco, 2010).⁴

6.3.1 Características de los negocios de inmigrantes

La distribución mayorista se encontraría presente en el 65,3% de los negocios de *inmigrantes* de Embajadores/Lavapiés y se orientaría, fundamentalmente, a la distribución de productos textiles, calzado y bisutería (el 84,5% del total de los comercios mayoristas) y, en mucha menor medida (12,2%), a otros tipos de complementos: telefonía móvil, juguetes, hogar... Este sector de distribución textil y de complementos de la economía “étnica” está claramente dominado por los negocios de personas procedentes de "Asia Oriental" (el 74% del total de negocios de esta rama de actividad presentes en la economía “étnica”), seguidos muy de lejos por "Bangladesh/India/Pakistán" (14%) y "Magreb/Oriente Medio" (8%) (Riesco, 2010).

⁴ En el año 2002, apenas 9 calles agrupaban el 55% del total de negocios de *inmigrantes* del barrio y tan sólo 2 (Amparo y Mesón de Paredes) acogían el 22% [RIESCO, 2002: 131]. En el año 2005, las 9 calles con mayor presencia de estos negocios concentran el 44% del total y las dos más concurridas (Amparo y Embajadores) concentran el 15% del total. Por último, como acabamos de ver, en 2008, las 9 calles más significativas en lo que a negocios de inmigrantes se refiere agrupaban al 50,7% de los mismos, mientras que las dos más importantes (Amparo y Mesón de Paredes) albergaban el 18,8% de este tipo de negocios.



Fuente: (Riesco, 2010)

Es importante destacar que los comercios mayoristas de productos textiles, calzado y complementos de españoles se encuentran bastante diferenciados de los comercios mayoristas de inmigrantes, tanto espacialmente, como por las características de los locales y del tipo de clientela al que se orienta. Los negocios mayoristas de los españoles son, en primer lugar, negocios localizados mayoritariamente en la parte más *ennoblecida* del barrio –Concepción Jerónima–, zona con un tipo de calles y viviendas, población y actividad económica que poco tiene que ver con el resto del barrio, del que constituye una parte un tanto desgajada, si bien, administrativamente incorporada al mismo. Son, a su vez, comercios de mucho mayor tamaño, en calles muy transitadas y con mercancías de mayor calidad, que no se destinan a la venta ambulante, como ocurre en gran medida con el comercio mayorista inmigrante, sino a proveer al comercio minorista del sector en toda la región de Madrid. Esto contrasta con el comercio mayorista inmigrante, orientado en mayor medida a la venta ambulante –formal o informal–, actividad que cuenta a su vez con una significativa presencia de inmigrantes:

[¿Se venden generalmente a tiendas o...?] No, venta ambulante. Más va hacia la venta ambulante. En algunos sitios, se hace un poquito más difícil para la venta, pero de ahí, mayoría venta ambulante. (I-1, indígena ecuatoriano)

Ahora lo que pasa es que en esta zona los españoles ya están vendiendo sus casas (...) todavía no hay muchos bangladeses y muchos sólo venden al por mayor, claro, vienen de todas las partes de España a esa zona a comprar allí al por mayor. [¿De textil, sobre todo?] Bisutería...Al por mayor es el ochenta por ciento. Venta ambulante y esas cosas. (B-5, varón pakistaní)

Las actividades de comercio mayorista de la población inmigrante remiten en muchos casos a cadenas comerciales de carácter transnacional, que conectan a personas diferentes –muchas veces con vínculos de parentesco entre sí- situadas en distintos países. Este sería el caso, por ejemplo, de los mayoristas indígenas ecuatorianos que importan productos *étnicos* producidos por personas con lazos comunes de parentesco en los lugares de origen, para distribuir posteriormente esos productos *étnicos* al por mayor a otros paisanos que los venden aquí al por menor en la venta ambulante (eso cuando no son ellos mismos quienes compaginan la venta mayorista con la venta minorista):

[¿Pero aquí lo que os mandan, son artículos hechos allí?] Sí, hechos a mano. [O sea, ¿no hay aquí artesanos que produzcan y distribuyan a almacenes?] Lo que pasa que allí en Ecuador, casi la mayoría son algunas tiendas, entonces aquí parece que se distribuye más y entre las familias se hacen, algunas personas mayores que saben hacer la artesanía, los jóvenes que más bien hemos salido a la ciudad ya casi no sabemos y las personas mayores sí saben (...). Yo mismo sé hacer algo, para defenderse y poco a poco para salir adelante. Pero aquí, ya no hace falta, traemos más mercancías. (I-1, indígena ecuatoriano)

Junto a esta movilización de redes familiares transnacionales dentro de la actividad comercial mayorista de los inmigrantes presentes en Embajadores/Lavapiés, el comercio mayorista inmigrante se caracteriza, a diferencia de la mayoría del comercio minorista, por trascender ampliamente la dimensión económica local del barrio, entrando de lleno en el tejido económico regional de Madrid, de España e, incluso, de la economía internacional, constituyendo un nodo dentro de las diferentes redes económicas de carácter transnacional que atraviesan hoy en día casi la totalidad del planeta⁵:

Los clientes que más lejos han venido son de Finlandia. Nosotros, pues importamos y exportamos ¿no? desde aquí a toda Europa, viene gente... parece que de Portugal, ¿no?, de Francia y de Italia, viene aquí a comprar. Compra muestras o género (...). [¿Y no les saldría mejor a los de Finlandia importar directamente?] No, no creas. Porque nosotros ya tenemos conocimiento de la moda, dominado el modelo, por ejemplo, de casa. Ellos a lo mejor, le va mal ir a China porque no los conocen a ellos. Es distinto ¿no?, nosotros lo hemos traído aquí para planchar todo así, seleccionado y entonces le viene bien al cliente, llama o manda a lo mejor un e-mail y nosotros le mandamos la mercancía. (I-6, varón chino)

⁵ Carácter transnacional de las actividades económicas que ha conducido a algunos autores (Peter Smith, 2001; Barañano, 1999, 2005) a vincular los espacios ocupados por la empresariedad inmigrante –y la transformación de dichos espacios– con la emergencia de *espacios transnacionales*.

[Generalmente en las tiendas que habéis abierto, que son tiendas de artesanía ¿quién compraría?] Vienen... no sólo de aquí, vienen de Portugal, vienen de Francia, vienen de Italia, o sea, vienen de todos los lados ¿me entiendes? En mi caso, mi género, te hablo de cosas ecuatorianas, eso por ejemplo, a nivel nacional estamos casi todos los paisanos nos juntamos por un lado, por otro lado y si vienen de todos los lados, vienen a comprar. Y, bueno, pues ya algunos vienen ellos personalmente a comprar y a veces también por envío. De aquí nos mandan a cualquier otra parte. (I-1, indígena ecuatoriano)

El debate sobre si las *economías inmigrantes y/o étnicas* en sus diferentes versiones constituyen o no una vía alternativa de movilidad social ascendente para la población inmigrante y/o perteneciente a minorías étnicas (y si dicha movilidad social afecta por igual al conjunto de participantes de tales economías con independencia de la posición ocupada en tanto que empleador o empleado, hombre o mujer, nacionalidad de origen, etc.), ha ocupado un lugar destacado dentro de la sociología de la empresarialidad inmigrante norteamericana (Sanders y Nee, 1987; Portes y Zhou, 1996; Zhou y Logan, 1989).

Los estudios que venimos señalando sobre la *empresarialidad inmigrante* en España han subrayado a menudo el carácter modesto de la mayoría de estas iniciativas económicas que responden a la imagen del pequeño negocio de carácter familiar, fuertemente basado en el uso de mano de obra familiar no remunerada, o que cuenta con el propietario del negocio como único empleado. Es decir, iniciativas que permiten cierta estabilidad económica (y jurídica en términos de permisos de trabajo) -a costa de una fuerte inversión de tiempo de trabajo- de las que no se puede deducir automáticamente procesos de movilidad social ascendente significativa.

La empresarialidad inmigrante de Embajadores/Lavapiés responde en términos generales a este modelo. No obstante, pese a que las iniciativas emprendedoras analizadas adopten con frecuencia la forma de alternativas de supervivencia orientadas a esquivar la discriminación en el mercado de trabajo y la reclusión en determinados nichos de empleo *para inmigrantes*, debemos subrayar que sí se dan casos de éxito empresarial, de enriquecimiento económico y, cuanto menos, de movilidad social relativa en comparación a las trayectorias laborales *esperables* de sus países de origen, o de su condición social de inmigrantes en las sociedades de llegada.

En el caso de Embajadores/Lavapiés, estos procesos de movilidad social relativa son más visibles en el comercio mayorista vinculado a un tejido económico de carácter transnacional. Es en el comercio mayorista de textil, calzado y complementos, vinculado mayoritariamente a la población de origen chino –poco sorprendentemente si

tenemos en cuenta el lugar central que ocupa China como productora en los sectores del textil, del calzado y de los juguetes- donde encontramos ejemplos de éxito económico y movilidad social relativa más visibles, tal y como demostraría, por ejemplo, la apertura por parte de algunos de estos negocios de nuevas tiendas en otras concentraciones de comercio mayorista de la región, como el polígono Cobo Calleja en Fuenlabrada:

Aquí (en España) la gente (china) suele salir porque aquí no es como los de Shangai que trabajaban a lo mejor por la noche también, porque la gente trabaja hasta las doce y media, pues aquí es menos, es como ocho horas y media o nueve, trabajas a diario ¿no?, pues hay más tiempo de festivos y si hay festivos, todo el mundo tiene fiesta porque aquí la gente suele tener más vacaciones. [Pero, por ejemplo, la gente que trabaja en frutos secos ¿tienen muchas vacaciones?] Eso menos porque a lo mejor es un pequeño negocio o tiene que mantener una familia y con lo que cuestan las cosas, se tiene que esforzar más. Pero aquí (en los mayoristas) ya es distinto, aquí ya es como una empresa ya casi y tiene un montón de empleados ¿no?, no hace falta estar metido tanto tiempo, te dedicas menos. [En la tienda donde tú estás, ¿qué horario tenéis?] Pues de nueve hasta las dos y luego de cuatro y media hasta siete y media y el sábado pues a las dos nos vamos y hasta el lunes ya no volvemos. (I-6, varón chino)

En lo que se refiere a la distribución minorista, en 2008 ésta estaba presente (no siempre de forma exclusiva) en 399 establecimientos gestionados por inmigrantes, (el 50,3% del total de negocios de inmigrantes). Así, más allá de los negocios de distribución mayorista que veíamos más arriba, los negocios de inmigrantes en Embajadores/Lavapiés se concentraban en: i) el comercio minorista de productos textiles y calzado (epígrafe 65 del IAE), con una presencia en el 31,5% de los negocios de *inmigrantes* de Lavapiés; ii) el comercio minorista de complementos de todo tipo (hogar, electrónicos, gafas, juguetes...) (epígrafe 66 del IAE), con presencia en el 5,5% de los negocios de inmigrantes⁶; iii) el comercio minorista de alimentos y bebidas (epígrafe 64 del IAE), con presencia en el 18,2% de los negocios; iv) la restauración propiamente dicha (restaurantes, bares, cafeterías...) (epígrafe 67 del IAE), con presencia en el 14,8% de los negocios de *inmigrantes*; v) los servicios de comunicaciones y envío de dinero (locutorios), así como las peluquerías (ambos bajo la rúbrica del epígrafe 9 del IAE), con una presencia entre los negocios de los inmigrantes del 9,2% y del 3,5% respectivamente (Riesco, 2010).

⁶ Debemos destacar, no obstante, que a lo largo de nuestro trabajo de campo hemos podido comprobar cómo en estos dos casos (i y ii) una parte importante de las empresas que figuraban formalmente en la base de datos registradas como empresas de distribución minorista de textil, calzado, confección, complementos, etc., en la práctica distribuían estos productos exclusivamente al por mayor. Por otro lado, los negocios dedicados principalmente a la distribución mayorista pueden, no obstante, vender ocasionalmente al por menor, aunque este tipo de ventas no constituya el grueso del negocio (Riesco, 2010).



Fuente: (Riesco, 2010)

Los establecimientos minoristas de Embajadores/Lavapiés pueden diferenciarse en función de a quién van dirigidos. Un buen número de ellos están encaminados a cubrir la demanda de bienes y servicios del colectivo inmigrante no satisfecho por la sociedad de llegada:

La mayor parte (de los comercios españoles) han cerrado, han vendido bares, han vendido locales, los cuales se han hecho de extranjeros, que hemos utilizado para nuestros negocios que es ayudar a la comunidad, ayudar a los propios compatriotas. (G-2, ecuatoriano)

[Y en el locutorio, ¿qué tipo de personas suelen entrar?] Todos mis paisanos, los marroquíes, los africanos, Ecuador, todos, todos. Todos los que viven en el barrio. (B-4, senegalés)

Se trata de servicios como venta y degustación de comida de los países de origen, o preparada según las costumbres de los mismos, productos de ocio (cine, música...), servicios de belleza (peluquerías...) y salud (medicinas tradicionales...), etc. Estamos, en definitiva, ante un tipo de negocios fruto del propio hecho migratorio, de la presencia de población inmigrante y, en ese sentido, se trata de ejemplos que Embajadores/Lavapiés comparte con otros muchos lugares donde se asienta población inmigrante. Unas veces, estos negocios están orientados mayoritariamente al conjunto de las personas inmigrantes (aunque puedan darse ciertas estrategias comerciales de fidelización de los paisanos): sería el caso, por ejemplo, de las agencias de envío de dinero, los locutorios, las agencias de viajes... En otras ocasiones, sin embargo, se

enfocan ya no tanto a la totalidad de los inmigrantes como al colectivo de referencia, que no necesariamente tiene porqué coincidir con identidades de tipo nacional: se trataría, por ejemplo, de las carnicerías *halal* (destinadas a un público musulmán), de bares y pequeñas discotecas *latinas*, o de tiendas de alimentación *asiáticas*:

[¿Quiénes van al locutorio que tiene...? ¿De qué países son?] Senegal, Perú, Ecuador, Colombia, Bangladesh, Pakistán, India. [¿Pero no fundamentalmente de Bangladesh?] No, de todos. (I-3, varón bengalí)

[¿Qué tipo de personas van a ese bar?] Sólo los marroquíes, sólo marroquíes. [¿Porque el dueño es marroquí?] Sí, el dueño es marroquí. (...) [O sea, es un bar donde se junta un grupo de marroquíes.] Sí, no tienen mucha gente, es un bar tranquilo, tranquilo y pequeño. Sí, y tienen también el periódico árabe. [Me dijo que se siente tranquilo en el bar, está protegido] (B-2, marroquí).

Los negocios destinados a las personas inmigrantes tienen como elemento común el ser un instrumento fundamental para la recreación (y reinención) de las formas de vida existentes en los países de origen. Y ello no sólo por la disponibilidad de productos y servicios específicos, sino también debido a que actúan como espacios de socialización para la persona inmigrante, como medio de entrar en contacto con los paisanos y encontrar no sólo una vía de ocio, sino un apoyo para el éxito de la experiencia migratoria. En efecto, como ya se ha señalado, este tipo de espacios de encuentro (los locutorios y los bares son buenos ejemplos de ello) constituyen lugares privilegiados para obtener ofertas de empleo, de alojamiento, para informarse de trámites legales y administrativos u otras gestiones:

[Y si los pisos son un poco más baratos fuera del barrio, ¿por qué no se van (los bangladesíes) fuera del barrio?] Porque aquí hay todo lo que necesitan. Por ejemplo, hay varias tiendas de comida de Bangladesh, hay trabajo en las tiendas; hay de todo. (I-3, varón bengalí)

Sobre el tema de ayudar a los demás paisanos en el barrio, a veces sí porque nosotros en nuestro restaurante, por ejemplo, hemos recibido a mucha gente que venía de la patera porque cuando llegaban le daban la dirección de Tirso de Molina y cuando llegaban, buscaban paisanos y cuando buscan paisanos les mandan muchísimas veces a nuestro restaurante y ahí les damos de comer, ahí hacemos recaudación de dinero, cada uno da algo para poderles comprar el billete, si se van por ejemplo, a la Línea, para trabajar en Almería o a cualquier sitio, les damos ese dinero y se van. No tienen familiares o les tienen lejos; buscamos siempre un lugar, les pagamos el hostel donde dormir, les pagamos para que se queden unos días en el hostel y después si localizamos a sus familiares, les damos el billete para que se puedan encontrar con sus familiares. (G-1, mujer senegalesa)

Siendo negocios destinados en gran medida a un público inmigrante, nada tiene de misteriosa su presencia en un barrio de asentamiento de población inmigrante como Lavapiés/Embajadores. Es decir, que la instalación de estos establecimientos en el barrio responde a la previa instalación en el mismo de una población inmigrada numerosa, de manera que para explicar el asentamiento de este tipo de iniciativas emprendedoras en Embajadores/Lavapiés habría que atender (junto a otras dimensiones como la centralidad urbana del barrio, su tradición comercial mayorista o la crisis del comercio minorista autóctono) a la propia configuración de Embajadores/Lavapiés en tanto que *barrio multiétnico, receptor de inmigración*:

Viven en esta zona el ochenta por ciento de los senegaleses que están en Madrid. (...) La mayoría vive por Lavapiés y tienen todo: la Asociación senegalesa está en Lavapiés; los dos restaurantes, bueno, hay tres restaurantes senegaleses aquí en España, en Madrid, dos están en Lavapiés, uno en la calle Olivar; otro en la calle Mesón de Paredes y otro está en Bilbao. Y los comercios, las tiendas que venden cosas de Senegal, todas están allí ubicadas en Lavapiés. (I-2, varón senegalés)

Estos establecimientos, una vez instalados, actúan, por su parte, como factor de atracción de otros inmigrantes que acceden al barrio (como vecinos o como clientes) a la búsqueda de este tipo de bienes y servicios, no siempre disponibles en otros barrios de la ciudad. La delimitación de la población inmigrante como principal destinataria de las iniciativas empresariales ligadas a los inmigrantes supone una garantía de éxito para este tipo de actividades capaces de generar su propia demanda:

[¿Pero por qué viniste tú a este barrio?] Porque antes yo no sé... Cuando yo vine, tenía a mis paisanos, ellos vivían aquí y me ayudaron; eso es normal. Pero antes de llegar aquí estuve en Galicia puse una tienda pero no me fue bien. [Ah, ¿estuviste en Galicia?] Sí, puse una tienda en Galicia pero no me funcionó bien. Estuve en Pontevedra pero no funcionó bien; aquí bien. Todos los negocios bien. (I-3, varón bengalí)

A veces yo me lo pregunto y digo ¿por qué vivo en Rivas-Vaciamadrid y no monto mi negocio en Rivas-Vaciamadrid?, pero tengo que montarlo aquí en Lavapiés porque allí a lo mejor no me funciona. A veces, me hago la pregunta por qué Lavapiés y todo el mundo hacemos la misma pregunta y todavía no hay la respuesta, no hay una respuesta, todo el mundo Lavapiés. (G-1, mujer senegalesa)

No obstante, esta dependencia con respecto de la población inmigrante es, al mismo tiempo, la causa de la rápida saturación de estas economías, y un importante obstáculo para su crecimiento dentro y fuera de los sectores de actividad en los que suelen desarrollarse. Esta es la razón por la que muchas de las iniciativas

emprendedoras de la población inmigrante buscan abrirse a un público más amplio que alcance al conjunto de la población (este sería el caso de los “todo a 100”, o de los frutos secos y tiendas de alimentación generalistas, por ejemplo). En el caso de Embajadores/Lavapiés habría que señalar además –y este es posiblemente otro rasgo bastante particular del barrio, a diferencia de otros ejemplos de economías inmigrantes– la existencia de establecimientos (fundamentalmente ligados a la restauración) gestionados por inmigrantes, y que ofrecen servicios y productos *étnicos* a un público autóctono (o a turistas), vecino del barrio o visitante ocasional del mismo, que busca explícitamente un tipo de ocio y *consumo exótico* en el que se considera el barrio *multicultural* de Madrid, un modo de incorporar cierto cosmopolitismo a través del consumo (Halter, 2000; Barañano, Riesco, Romero y García, 2006).

Por último, cabe señalar que la proliferación en Embajadores/Lavapiés de establecimientos mayoristas y minoristas vinculados a la población inmigrante, la conversión del barrio en un espacio comercial de nuevo cuño, fuertemente revitalizado, ha tenido como consecuencia una fuerte demanda de locales comerciales (no sólo por parte de la población inmigrante) que ha llevado aparejada un fuerte incremento de los precios de los mismos. Esto, añadido a su vez a los efectos *gentrificadores* de los planes de rehabilitación urbana que afectan al barrio, que lo han convertido en una especie de distrito cultural (museo Reina Sofía, Casa Encendida, Fílmoteca Española, emplazamiento de la UNED, Teatro Valle Inclán, etc.), ha derivado en un incremento de los precios del suelo del barrio, que sorprende y contrasta con el imaginario mediático construido en torno a Embajadores/Lavapiés como barrio de inmigración peligroso y conflictivo (pequeña delincuencia ligada al tráfico de drogas, actividades islamistas vinculadas al 11-M, bandas latinas, etc.), al igual que choca con la tendencia a hacer de la presencia de población inmigrante la principal causa de los procesos de degradación urbana que padecen determinados barrios:

Bueno, pues lo único que os puedo decir es que hace como siete u ocho años que estoy aquí y nuestra empresa ya tiene 10 años aquí. Hace 10 años esto era una ruina: aquí hay los drogadictos (...), yendo por la calle a veces las casas son todas viejas y están de ruinas y este barrio está muy marginal ¿no? de Madrid, del centro. Luego, a partir del año 2000 empezaron a instalar los comercios chinos aquí y va poco a poco prosperando este barrio y al haber más trabajo... aquí vive... pues antes había muy pocos chinos. Cuando llegamos nosotros, chinos no llegaba aquí ni a cien, éramos muy pocos. (I-6, varón chino)

Ahora las cosas han cambiado, ahora para encontrar un local o algo en Lavapiés, si es una buena zona es muy difícil porque los chinos que están en Madrid o en otro país de Europa o del mundo están en todos los lados y vienen con muchos recursos ¿sabes? Por ejemplo, si te pones en la calle Mesón de Paredes había un restaurante marroquí muy famoso, ellos también lo han vendido a los chinos, ahora es una tienda de ellos (...). La gente que quiere abrir ahora un negocio no puede. Los senegaleses y otros extranjeros ya no pueden competir con los chinos. (I-2, varón senegalés)

6.3.2 La empresarialidad inmigrante

Este rápido recorrido por la economía inmigrante de Embajadores/Lavapiés nos permite comprobar la pertinencia de muchos de los elementos subrayados por las distintas perspectivas de la sociología de la empresarialidad inmigrante. Por ejemplo, podemos ver cómo en Embajadores/Lavapiés se reproducen las pautas de concentración –también en términos espaciales- en determinados sectores de actividad económica (con posibilidades de control y ejemplos de estrategias de integración empresarial en algunos de ellos como el comercio mayorista de textil y bisutería), con un peso importante del sector del comercio (minorista y mayorista) y la restauración.

Vemos también cómo la mayoría de las iniciativas emprendedoras inmigrantes de Embajadores/Lavapiés consisten en pequeñas empresas familiares, donde a menudo no hay otro empleado que el propio propietario del negocio o sus familiares (remunerados o no)⁷, y en los que, en cualquier caso, abundan las prácticas paternalistas con los empleados:

Está (en el negocio) ella, un sobrino, no sé si es sobrino o amigo o familiar y yo. También hay veces que va su hijo cuando sale del cole, va un rato así a ayudar, así a mirar, pues se trabaja ahí como en familia, ellos me quieren mucho. (B-1, varón colombiano)

No obstante, pese al carácter modesto de muchas de estas actividades, hemos encontrado también -sobre todo, nuevamente, en el sector del comercio mayorista- ejemplos de crecimiento y éxito empresarial que nos obligan a no considerar a este tipo de fenómenos simplemente como actividades económicas marginales, sino que en

⁷ [El hecho de que toda la gente (china) haya venido de una misma provincia, una misma zona, ¿esto es casualidad o es que la gente comenta, “oye, pues...”?]. Pues sí, pues suele ser. Por ejemplo, viene una familia, viene los padres, traen los hijos. Si a lo mejor en su negocio necesita a alguien pues que le eche una mano, solicita que venga su hermano; así va trayendo, viniendo poco a poco ¿no? (I-6, varón chino)

ocasiones actúan también como vías de movilidad social ascendente (medida en términos relativos y absolutos).

Finalmente, hemos visto cómo el surgimiento y la supervivencia de las *economías inmigrantes* deben ser puestas en relación con la movilización de la solidaridad grupal en términos -la mayoría de las veces, aunque no exclusivamente de origen compartido (visible, por ejemplo, en el recurso frecuente a mano de obra de compatriotas⁸ y en la obtención de fuentes propias de financiación de los negocios⁹), así como la importancia de los recursos de todo tipo disponibles en cada uno de los diferentes colectivos inmigrantes (que incluirían los vinculados al contexto previo de emigración, no sólo en términos individuales y familiares, sino también relativos a la situación general de los países de origen), como elemento explicativo de sus diferenciales de participación en las economías inmigrantes.

Junto a estas coincidencias conviene, no obstante, prestar atención a una serie de matizaciones que se pueden derivar del ejemplo de Embajadores/Lavapiés, y que son quizás aplicables a otros casos. En primer lugar, tal y como ya hemos apuntado, aunque existan ejemplos de empresas de gran tamaño y facturación, la mayoría de las iniciativas emprendedoras inmigrantes de Embajadores/Lavapiés consisten en pequeñas empresas familiares situadas en sectores económicos caracterizados por una escasa rentabilidad y, muchas veces, por el abandono de los mismos por parte de la población autóctona¹⁰. Se trata de sectores económicos donde el inmigrante no suele tener ninguna

⁸ [Y los trabajadores estos que has comentado (que trabajan contigo)] Son ecuatorianos. [¿Los conocías antes?] Sí, más antes los conocía. Los tuve que traer yo mismo desde Ecuador aquí. Y ahora mismo he tramitado los papeles de ellos, ya los he regularizado. [¿O sea, que los conocía allí, son de la misma...?] Sí, somos de la misma tierra. [¿De qué zona sois?] De Otavalo. (I-1, varón, indígena ecuatoriano, propietario de varios comercios mayoristas de artesanía y textil en Lavapiés)

⁹ [Sí, pero quiero decir, por ejemplo, cuando se abren los locutorios, los restaurantes, etc. en lavapiés, ¿con qué recursos se abren?] Bueno, no sé cómo explicar. Es que hay gente, es que en África, la gente tiene una buena experiencia ¿sabes? Por ejemplo, yo puedo... como te digo, puedo ahorrar algún dinero y tener... banquear una idea y aquí la gente también vive en familia, si no son hermanos, son primos o son... ¿sabes? Decir a mis tres o cuatro primos: “pienso que podemos... si cada uno da algo” ¿sabes?, podemos hacer algo, hacer un negocio, así funcionan las cosas. (I-2, varón, senegalés, trabaja como empleado en una agencia de envío de dinero)

Antes del año 2000 no había mucha gente (de Pakistán) y ahora por el barrio de Lavapiés hay tiendas, está lleno de tiendas y de negocio, claro. Porque se juntan tres o cuatro amigos y... Ponen los negocios. Y ponen el dinero y abren un negocio, después se vuelven a unir para abrir otro negocio y así para todos (...). Pero entre amigos, tres o cuatro amigos, socios, pero por ejemplo, en principio hay tres o cuatro socios, tres siguen trabajando por cuenta ajena; uno va a llevar el local o tienda o lo que sea y puede aportar dinero si falta pero cuando va a salir bien, van a poner segundo negocio para segundo socio. Entonces un día... cuatro tienen propias tiendas, así hacen todo. (B-5, varón, pakistani, propietario de una agencia de viajes en Lavapiés)

¹⁰ Sí, es un poco duro pero yo he intentando echarlo p'adelante. Es duro, a lo mejor, estaría mejor ganando mi sueldo que tenía antes, claro, porque muchas veces cuando están los meses malos que

experiencia previa, sino que son aquellos en los que, por diferentes motivos (escasos requisitos en términos de capital inicial y formación, facilidad de acceso a proveedores, etc.), las condiciones de entrada son favorables:

Lo que tú necesitas, por ejemplo, es muy fácil, lo que tú necesitas alquiler del local, tú no vas a pagar al trabajador, vas a ser tú y tu primo, dar de alta algunas líneas telefónica y después hacer un servicio. Es contratar con una compañía que envía dinero ¿sabes?, vender tarjetas, poner una fotocopiadora. (I-2, senegalés)

[Usted cuando vino y puso un locutorio ¿fue porque conocía el negocio de los locutorios?] Yo no lo conocía cuando llegué aquí pero era una oportunidad, aquí esto va bien. [O sea, depende de las oportunidades: alimentación, locutorios...] Bar, restaurante... Son tres cosas que te pueden ir, nada más para nosotros. (B-4, varón, senegalés, regenta un locutorio en Embajadores/Lavapiés que vende también productos cosméticos)

La facilidad de entrada en estos sectores se debe también a su escasa rentabilidad y al hecho de que se trata de actividades escasamente automatizadas, en las que el éxito y la viabilidad económica depende, sobre todo, de la gestión y los costes de la fuerza de trabajo, razón por la que las estrategias empresariales suelen pasar por la reducción de los mismos: pago de bajos salarios, empleo de mano de obra familiar no remunerada (o infra-remunerada), *autoexploración* del propio responsable del negocio, extensión de las jornadas de trabajo, etc¹¹. Elementos todos ellos que nos obligan a ser prudentes y relativizar el éxito de los negocios gestionados por inmigrantes¹².

En segundo lugar, la cuestión de la solidaridad grupal, a la que la sociología de la empresarialidad étnica ha otorgado una gran importancia explicativa, debería ser

hay que pagar los gastos, que si la Seguridad Social, lo que ahorras en unos cuantos meses, en un día se va. Solamente con Hacienda, que hay que pagarle los trimestres, se van. (B-6, mujer dominicana)

¹¹ Los bangladeses sólo para su negocio, no piensan otra cosa ¿sabes? Por ejemplo, yo siempre negocios, no pensar otra cosa ¿sabes? Sacar el locutorio, vender cada día...; a las doce o la una salgo para casa, comer, dormir y estar en el negocio otra vez. (I-3, varón bengalí, propietario de una tienda de alimentación en Embajadores/Lavapiés)

Es que yo tengo un trabajo... trabajo mucho y me acuesto muy tarde. Esto termina a veces a la una de la mañana y aparte mi casa, aunque mis hijos me ayudan mucho, mucho, te digo sinceramente, me ayudan muchísimo. (I-4, mujer ecuatoriana, regenta un locutorio en Embajadores/Lavapiés)

[Y, por ejemplo, dedicarse a tener un locutorio como tiene usted, ¿tiene que trabajar muchas horas para llevar el negocio?] Sí, sí tengo que trabajar, tengo que abrir a las diez y media hasta las once y media (de la noche) o así para tener los clientes y todo... (B-4, varón, senegalés, regenta un locutorio en Embajadores/Lavapiés que vende también productos cosméticos)

¹² Fueron estos señores (inspectores del Ayuntamiento) y miraron todo y sacaron todo porque entiendo que ellos tenían vivienda ahí, en la parte baja dormían y comían y fabricaban yo no sé qué cosas, no sé si lo hacían cuando yo me iba o qué, pero mientras yo estuve ahí, nunca vi hacer nada ni nada, yo no me enteraba de nada, aunque sí veía que hacían una cosa que es brote de soja, eso sí lo sabía que lo hacían, pero otra cosa no. [¿Y qué, dormían allí y tal, tampoco?] No, que dormían sí, porque yo una vez vi el cuarto y vi que había una cama con palos sujetos a la pared y calefacción y todo, pues muy puesto; supuestamente todo bien, pero como es comercio no lo sé, no se puede vivir. (B-1, varón, colombiano, empleado en una tienda de alimentación propiedad de inmigrantes chinos en Embajadores/Lavapiés)

matizada, sin negar por ello su relevancia. La solidaridad étnica no sólo permite el aprovechamiento de los recursos internos del grupo, sino que implica también relaciones de obligación con respecto al resto del grupo, empezando por el control del mismo con respecto a las actividades –no sólo económicas– de cada uno de sus miembros. Portes y Sensenbrenner, hablan en este sentido de una *confianza forzosa* (*enforceable trust*) para referirse a esta capacidad normativa y sancionadora del propio grupo con respecto a sus miembros. Según estos autores, la confianza existiría en las transacciones económicas, precisamente, porque es forzosa, imponible (*enforceable*) por mecanismos situados más allá de los individuos implicados en dichas transacciones (Portes y Sensenbrenner, 1993:1332)¹³.

De hecho, la solidaridad motivada por la pertenencia compartida a una colectividad determinada (cuyos límites no suelen coincidir con los que el investigador considera *a priori* determinantes) coexiste con otros dispositivos de estructuración interna del grupo que afectan a la circulación de la solidaridad (la reciprocidad en el intercambio). Así, las divisiones *étnicas* existentes en un mismo Estado-nación (entre árabes y bereberes marroquíes, por ejemplo), las divisiones nacionales existentes dentro de un mismo grupo religioso (por ejemplo, entre los musulmanes senegaleses, marroquíes o pakistaníes) o las divisiones de género, entre otras, condicionan la actualización o no de las relaciones de reciprocidad¹⁴.

¹³ Hay algunas quejas sobre una tienda que a lo mejor trabaja muy tarde, un poco nos ocupamos nosotros, se lo advertimos, pero sólo fue una queja y a la otra vez que le advertimos ya no lo hicieron más porque les denunciarnos nosotros mismos porque son tiendas propias, nosotros no les podemos obligar, podemos actuar, pero no podemos obligar; pero suelen ser ordenados. (I-6, varón, chino, dueño de negocio textil mayorista en Embajadores/Lavapiés)

Si una persona vende hachís nadie quiere vivir con él, nadie quiere salir con él ni quiere hablar con él en la calle. No queremos problemas. Ése también es un tipo de problema, si le va a pillar la policía, van a investigar todo. Ha venido desde diez mil kilómetros para trabajar, hay un... cómo dicen, un toque (...) todos traemos una ambición, hay que llegar hasta... si hacemos esas cosas, no podemos llegar hasta allí. Por eso, todavía mejor que nadie hace este tipo de cosas y todos son trabajadores (B-5, varón, pakistaní, propietario de una agencia de viajes en Embajadores/Lavapiés)

¹⁴ Yo cuando salí de mi país aquí vine sola, yo también he sufrido mucho porque no tengo familia aquí. Aquí en este país, hay muchos paisanos y como tienen muchos negocios son muy ricos, nadie nunca me ayuda. (...) No puedo trabajar porque no tengo papeles, todavía no tengo papeles. Mis paisanos también siempre muchos preguntan: “¿porqué tú aquí sola?, las mujeres vienen cuando su marido viene”. Yo aquí la primera vez sola, por eso muchos preguntan: “¿porqué tú aquí sola?” cuando chicas salen de su país a otro país esas chicas son muy malas (...). Este barrio para mí es muy malo, yo también vivo aquí porque yo no tengo contactos en otro sitio, a veces necesito ayuda de mis paisanos, todos son muy malos, pero a veces son buenos y quieren ayudarte pero no pueden, no tengo permiso. Entonces, yo trabajo con mi paisano, él no quiere pagarme, quiere gratuito sin dinero. (...)También he estado trabajando en Lavapiés, en un restaurante nuevo, pero trabajo casi nueve horas pero quiere pagarme muy poco. Eso no es bastante para mí. (G-1, mujer, bengalí, soltera, ha trabajado dentro y fuera de Embajadores/Lavapiés en restaurantes de compatriotas).

Finalmente, conviene no perder de vista que la activación de los mecanismos de la solidaridad étnica y de los recursos genera y moviliza, por importantes y significativos que sean en el desarrollo de la empresarialidad inmigrante (recurso a una mano de obra barata y fidelizada integrada por compatriotas; acceso a fuentes de financiación y de ayuda de todo tipo propias), no dejan de ser recursos limitados, incapaces de explicar por sí solos el éxito o fracaso de estas iniciativas económicas. Así, por ejemplo, la mano de obra familiar, al igual que la disponibilidad de otros compatriotas como fuerza de trabajo es un recurso limitado (por su número, por las trabas legales, por preferir estas otras alternativas laborales), teniendo que recurrirse, al igual que el conjunto de empresas del sector con independencia de la nacionalidad de sus propietarios, a la fuerza de trabajo más barata disponible: la de las personas inmigrantes (de otros lugares de origen diferentes a los de los dueños de los negocios, en el caso de Embajadores/Lavapiés la mayoría de las veces latinoamericanos, por su abundancia y su competencia lingüística con el español¹⁵).

Lo mismo podemos decir en relación a las fuentes de financiación de negocios de los inmigrantes: junto al recurso a la ayuda familiar y del grupo de cara a montar negocios, la principal forma de financiación pasa por el ahorro vía reducción del consumo (incluido en aspectos básicos como vivienda, alimentación, etc.) y el trabajo por cuenta ajena como fuente de ingresos, además del apoyo en redes ajenas al colectivo inmigrante, incluidas las del sector financiero tradicional¹⁶.

Por último, conviene matizar el peso de los recursos internos del grupo como elemento explicativo. El caso de Embajadores/Lavapiés señala con claridad que, junto a la disponibilidad de recursos propios señalada, la alternativa del trabajo por cuenta propia depende enormemente de las oportunidades (y condiciones) de empleo que tiene

¹⁵ Pues cada empresa ofrece muchos puestos de trabajo. Nosotros no hacemos discriminación de personas, ni de sexo, ni de nada, quien quiera trabajar...pues se pone...no, no hay. Nosotros sólo trabajamos extranjeros (...). [En las tiendas está trabajando gente que no es china]. Sí, sí, en las tiendas hay uno de Vietnam, hay unas chicas de Vietnam y el chino es boliviano, o sea que...(I-6, varón chino).

¹⁶ Cuando trabajas dos o tres o cuatro años tienes dinero y pones un negocio pequeño, entonces luego sí, poco a poco. Todo el mundo hace así. [Al principio, cuando llegas no tienes dinero...] No, hay que trabajar; dos, tres, cuatro años, depende. (B-5, varón, pakistaní, propietario de una agencia de viajes en Embajadores/Lavapiés)

Nos han ayudado unos españoles amigos a montar el negocio, fiarse de nosotras, nos avalaron en el banco, nos dieron un préstamo muy importante que es muy difícil porque aquí un inmigrante tener un préstamo sin aval de un español, o sin tener una casa, te lo deniega el banco porque piensan que el inmigrante una vez que ya tiene el préstamo se va a su país, no va a pagar ninguna letra. (G-1, mujer, senegalesa (2), propietaria de un restaurante en Embajadores/Lavapiés).

la población inmigrante en el mercado de trabajo¹⁷. De hecho, el trabajo por cuenta propia es muchas veces valorado y ansiado por la población inmigrante como una alternativa a la discriminación padecida en el mercado de trabajo, como un medio de estabilizar su vínculo con el empleo y, por lo tanto, su estatuto jurídico¹⁸.

El marco jurídico que regula el acceso al mercado de trabajo español por parte de la población inmigrante (contratación por cupos y exclusivamente para determinadas ocupaciones consideradas prioritarias como consecuencia de la ausencia de mano de obra autóctona dispuesta a ocuparlas, trabas al reconocimiento de la formación adquirida en los países de origen, etc.) supone, de hecho, un fuerte obstáculo a la movilidad del inmigrante dentro del mercado de trabajo y a que pueda considerar la posibilidad de trabajar por cuenta propia, mucho menos a elegir sin más el sector de actividad en el que emplearse. La vinculación prioritaria del permiso de residencia –y, por lo tanto, el acceso, aunque sea restringido, a la ciudadanía– al permiso de trabajo, otorgaría así una importancia extraordinaria al vínculo con el trabajo.

6.3.3 Economías inmigrantes y transformación del barrio

La tendencia al autoempleo de la población inmigrante –lo que algunos autores denominaron empresariedad inmigrante y teorizaron en términos de *middleman minorities*, *ethnic enclaves* y *ethnic economies*– constituye un fenómeno recurrente y de unas dimensiones importantes en la mayor parte de las grandes metrópolis occidentales en las que se asienta población inmigrante.

¹⁷ Antes, la mayoría (de senegaleses) trabajaba por su propia cuenta, tenían cuenta propia, pero ahora las cosas han cambiado. Ten en cuenta que el comercio no funciona bien. La obra pagan bien, entonces una persona que puede hacer dos horas extras al día y trabajar un sábado o domingo puede ganar 1500 o 1800 al mes. La obra paga bien y como todo Madrid está en obras... (I-2, varón, senegalés, trabaja como empleado en una agencia de envío de dinero)

[La gente que trabaja para sí mismo que monta un negocio ¿son muchas horas de trabajo?] Muchas, muchas son. Catorce horas y ni un día libre. Lo que pasa es que ahora la gente lo mejor que hay son muchas obras de construcción en Madrid y hay mucho en seguridad, de guarda. La mayoría de pakistaníes, por ejemplo, no tienen negocio pero trabajan como vigilante o controlador o así y también... El problema es si no hay trabajo. Por ejemplo, en el último año, muchos de mis paisanos que antes vivían en Barcelona han venido a Madrid porque aquí pueden encontrar trabajo más fácil que en Barcelona y recuerdo que en el año 95 en Madrid, no había cuarenta pakistaníes y ahora hay dos mil, casi, casi dos mil. (B-5, varón, pakistaní, propietario de una agencia de viajes en Embajadores/Lavapiés)

¹⁸ Nosotras hemos trabajado siete años como empleadas de hogar, un día estábamos ya cansadas porque nos hemos metido en un restaurante y nos querían coger como a las dos negras, hijas de Kunta Kinte y hemos dicho... mira, ya paramos, aquí ya paramos, y hemos montado un negocio sin nada, hemos montado el negocio sin nada. (...) Al final le dije a mi hermana: “mira, si vamos a seguir así, es mejor... hacemos las maletas y nos vamos”. Hacemos una cosa, intentamos montar un negocio (G-1, senegalesa, propietaria de un restaurante en Embajadores/Lavapiés)

La presencia de la empresarialidad inmigrante en el barrio de Embajadores/Lavapiés habría que conectarla en un primer momento, tal y como hemos señalado, con la llegada y asentamiento en el mismo de población inmigrante de distintas nacionalidades, así como con la existencia de un tejido comercial en claro declive dentro del barrio, con gran número de locales comerciales tradicionales cerrados que fueron reocupados por los negocios de los inmigrantes.

La proliferación de este tipo de negocios ha sido crucial en la transformación del barrio y en su configuración actual. Por un lado, actuando como factor de atracción de otros inmigrantes (sobre todo los de reciente llegada a Madrid), que encontraban en el barrio un lugar en el que encontrarse con sus paisanos, acceder a mecanismos informales de ayuda mutua y de acceso a información relevante (empleo, alojamiento, regularización) y satisfacer una serie de necesidades específicas difíciles de cubrir en otras partes (servicios vinculados a las necesidades de los inmigrantes, venta de productos de los países de origen).

La visibilidad de este tipo de actividades vinculadas a la inmigración, por otro lado, ha sido fundamental para la transformación de la propia identidad del barrio de Embajadores/Lavapiés y del modo de percibirlo por parte de quienes lo habitan. La proliferación de todo tipo de negocios inmigrantes ha contribuido sin duda al desarrollo de las diferentes imágenes del barrio que compiten hoy por definirlo como un lugar más cercano (nuevos vecinos inmigrantes), más exótico (nuevos vecinos autóctonos gentrificados) o más peligroso (vecinos tradicionales autóctonos)¹⁹.

Finalmente, habría que destacar que el desarrollo de las economías inmigrantes en Lavapiés no se ha acompañado de un proceso de deterioro urbano, sino que, por el contrario, ha sido un factor relevante –no el único- en la creciente subida de los precios de los locales comerciales en el barrio y en su propia revitalización urbana (favoreciendo la adscripción de una etiqueta de barrio multicultural que daría acceso a un tipo de ocio alternativo, multicultural o cosmopolita), al tiempo que ha sido un elemento determinante a la hora de situar las actividades económicas del barrio –o al menos una parte de las mismas: las vinculadas al comercio mayorista- más allá de la economía local, para insertarlas de lleno en la dinámica económica regional y nacional, cuando no directamente internacional, dimensión ésta que habrá también que considerar de cara a comprender las transformaciones materiales y simbólicas del barrio.

¹⁹ Un desarrollo más detallado de estas transformaciones en los modos de vivir el barrio y sus transformaciones puede verse en (Barañano, Riesco, Romero y García, 2006).

Bibliografía empleada

- ARAMBURU, M. (2002): "Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del "inmigrante" como categoría social", en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, n. 108. <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn108.htm>.
- ARJONA, A. (Dir.) (2005): *La economía étnica en el mercado de trabajo almeriense*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS (ATA) (2006): Boletín nº 95, 5 de febrero.
- BARAÑANO, M. (1999): "Postmodernismo, modernidad y articulación espaciotemporal global: algunos apuntes", en RAMOS, R. y GARCÍA SELGAS, F., (eds.) *Globalización, riesgo y reflexividad*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- BARAÑANO, M. (2005): "Escalas, des/reanclajes y transnacionalismo. Complejidades de la relación globallocal", en ARIÑO, A. (ed.) *Las encrucijadas de la diversidad cultural*, Madrid, CIS: 425-451.
- BARAÑANO, M., RIESCO, A., ROMERO, C. y GARCÍA, J. (2006): *Globalización, inmigración transnacional y reestructuración de la región metropolitana de Madrid. El caso del barrio de Embajadores*, Madrid, Fundación Sindical de Estudios.
- BELTRÁN, J., BETRISEY, D., LÓPEZ, A. y SÁIZ, A. (2006): *Población y actividades económicas de las comunidades asiáticas en España*. Barcelona: Fundación CIDOB.
- BUCKLEY, M. (1998): "Inmigración y comercio en Madrid. Nuevos negocios para nuevas gentes", *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 18: 283-297.
- GARCÍA BALLESTEROS, A (Dir.) (2006) *Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid.
- HALTER, M. (2000): *Shopping for Identity. The marketing of ethnicity*, Nueva York, Schocken.
- LIGHT, I. y BONACICH, E. (1988): *Immigrant Entrepreneurs. Koreans in Los Angeles 1965-1982*, Los Angeles, University of California Press.
- MORERAS, J. (2002): *Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona, Fundación CIDOB.
- OBSERVATORIO ECONÓMICO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID (2005): *Barómetro de economía de la Ciudad de Madrid*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid.
- OSO, L., VILLARES, M. y GOLÍAS, M. (2006): *Os colectivos migrantes ante o proceso de emprendemento en Galicia*, A Coruña, Xunta de Galicia.
- PETER SMITH, M. (2001): *Transnational Urbanism. Locating Globalization*, Malden, Blackwell.
- PORTES, A. y SENSENBRENNER, J. (1993): "Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action", *American Journal of Sociology* (98)6, 1320-1350.
- PORTES, A. y ZHOU, M. (1996): "Self-employment and the Earnings of Immigrants". *American Sociological Review* (61)2: 219-230.
- RIESCO, A. (2002): *La constitución de enclaves étnicos en las regiones metropolitanas: el caso del madrileño barrio de Embajadores. Apuntes acerca del espacio, los flujos migratorios y las relaciones salariales*, Madrid, Mimeo.

- RIESCO, A. (2003): “Enclaves y economías étnicas desde la perspectiva de las relaciones salariales”, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 21(2): 103-125.
- RIESCO, A. (2008): “¿Repensar la sociología de las economías étnicas? El caso de la empresarialidad inmigrante en Lavapiés.”, *Migraciones*, nº 24: 91-134
- RIESCO, A. (2010): *Inmigración y Trabajo por cuenta propia. Economías inmigrantes en Lavapiés (Madrid)*, Tesis Doctoral, Departamento de Sociología III de la Universidad Complutense de Madrid.
- SANDERS, J. y NEE, V. (1987): “Limits of Ethnic Solidarity in the Enclave Economy”, *American Sociological Review*, 52: 745-773.
- SEMPERE, J.D. (2000): “La economía de bazares ligada a la presencia de argelinos en Alicante”, *II Congreso sobre Inmigración en España*, Madrid, UPCO y IUOG.
- SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2005): *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Barcelona, CIDOB.
- SOLÉ, C., PARELLA, S. y CAVALCANTI, L. (2007): *El empresariado inmigrante en España*, Barcelona, La Caixa.
- ZHOU, M. y LOGAN, J. (1989): “Returns on Human Capital in Ethnic Enclaves: New York City’s Chinatown”, *American Sociological Review* (54)5: 809-820.

Anexo Metodológico

Esta obra se apoya en una investigación desarrollada en los dos barrios a estudio, San Francisco y Embajadores/Lavapiés, durante el período 2004-2006, a partir de una metodología común, y combinando técnicas cuantitativas y cualitativas.

La primera fase, de tipo aproximativo, contempló el análisis de documentos históricos e institucionales referidos a la genealogía y configuración de ambos barrios; la exploración de diversas fuentes estadísticas –principalmente los Censos de Población y los Padrones Municipales–; y el estudio de los planes de rehabilitación y los procesos de reestructuración urbana conocidos más recientemente en los mismos. Se perseguía con ello comparar sus respectivas configuraciones sociodemográficas y urbanas, los diversos planes institucionales e intervenciones en curso; y el impacto de la inmigración transnacional en estos ámbitos. Simultáneamente, se desarrollaron entrevistas a informantes clave del tejido asociativo e institucional de ambos barrios, con la intención de conocer las diferentes perspectivas sobre las trayectorias de San Francisco y de Embajadores/Lavapiés, y sus principales transformaciones. Y ello no sólo como entornos físicos, sino también como espacios vividos y representados. Esta información se amplió con la observación participante y no participante llevada a cabo en diversos lugares de estos barrios, a fin de acercarnos a los distintos usos y significados atribuidos a dichos espacios, y, de una manera especial, a las relaciones intraétnicas o interétnicas en ellos desplegadas.

En una segunda fase, de profundización en los discursos y narrativas sobre la relación entre la inmigración transnacional y la vida de los barrios, se llevaron a cabo grupos de discusión y entrevistas biográficas. La selección de la muestra se apoyó en ambos casos en el análisis previo de las diferentes prácticas, usos y sentidos del espacio. En el diseño de los grupos de discusión coincidieron el interés por los discursos de los vecinos “de siempre”, con el de los nuevos residentes del barrio –“jóvenes” o “gentrificados”-, el de los diferentes grupos de inmigrantes, o, en fin, el de distintos miembros del tejido asociativo, ya que en su interacción cotidiana configuran las señas de identidad de los dos barrios a examen. Finalmente, se realizaron entrevistas biográficas o historias de vida de inmigrantes, desde un enfoque etnográfico, tanto de residentes con un largo periodo de tiempo en el barrio como de otros de reciente llegada al mismo. Ello nos permitió reconstruir algunos de los trayectos biográficos en los que se entrecruzan usos, discursos y representaciones imaginarias del espacio con procesos propios del fenómeno migratorio.

Si bien en un primer lugar se proponía la misma metodología y aplicación de técnicas tanto en San Francisco como en Embajadores/Lavapiés, a medida que se fue desarrollando la investigación hubo que tomar decisiones empíricas ceñidas a cada contexto, adaptando las técnicas a las especificidades que presentaba cada uno de los dos barrios a examen. La diferencia en el volumen de población, las características concretas del uso y transformación de sus respectivos espacios, o el predominio de inmigrantes de determinadas nacionalidades, fueron algunos de los factores que motivaron la adopción de determinadas estrategias diferenciadas en el trabajo de campo desarrollado en cada caso, sin perder no obstante, la perspectiva comparativa. Estas especificidades no sólo respondieron a las singularidades de cada barrio, sino también a los límites o contingencias propios del trabajo empírico, distintos en cada uno de ellos. Cabe citar entre éstas aquéllas las surgidas en el proceso de contactación, o las relativas a la necesidad de recurrir puntualmente a traductores u a otras figuras para conseguir el acercamiento cultural y lingüístico deseado a la población inmigrante extranjera a examen.

NOMENCLATURAS DEL TRABAJO DE CAMPO DE SAN FRANCISCO

ENTREVISTAS

I-1	Miembro de la Iglesia Evangélica de San Francisco. Colectivo gitano.
I-2	Presidente de la Asociación de Comerciantes. Propietario de joyería.
I-3	Antiguo vecino de San Francisco.
I-4	Miembro de una asociación de enseñanza y difusión del euskera
I-5	Miembro de la Coordinadora de grupos para la rehabilitación de Bilbao la Vieja, San Francisco y Zabala
I-6	Mujer argentina, propietaria de una tienda reciente de moda joven.
I-7	Socio de una empresa reciente de comunicación.
I-8/I-9	Presidente de una Asociación de Marroquíes y co-propietario de un bar-restaurante. Y varón marroquí, co-propietario de bar-restaurante.
I-10	Presidente de una Asociación de Senegaleses y co-propietario de tienda/bazar
I-11	Varón de Ecuador, propietario de un bar.
I-12	Funcionaria del Área de Bienestar Social del Ayuntamiento de Bilbao (2005)
I-13	Concejala de Urbanismo del Ayuntamiento de Bilbao (2005)
	OBSERVACIONES
O-1	Bar-Restaurante regentado por emigrantes marroquíes (C/ San Francisco)
O-2	Bar regentado por emigrantes ecuatorianos (C/ Balién)
O-3	Locutorio regentado por emigrante de Guinea-Bissau (C/ Cortes)
O-4	Locutorio regentado por emigrantes de Senegal (C/ Zabala)
O-5	Locutorio propiedad de emigrante del Magreb (C/ San Francisco)
O-6	Locutorio regentado por emigrantes colombianas (C/ Hernani)
O-7	Locutorio regentado por emigrante italiana (C/ Bilbao La Vieja)
O-8	Restaurante apertura reciente (C/ Bailén)
O-9	Mercadillo en la calle (C/ Dos de Mayo)
O-10	Centro de Salud La Merced
O-11	Iglesia Evangélica (C/ Cortes)
O-12	2 reuniones de Plataforma por la educación en euskera en la escuela pública de SF
O-13	Bar tradicional propiedad de emigrantes de La Rioja (C/ Hernani)
	GRUPOS DE DISCUSIÓN
G-1	Mujeres procedentes de varias nacionalidades
G-2	Varones y mujeres vecinos antiguos de SF
G-3	Varones y mujeres procedentes del Magreb
G-4	Varones y mujeres procedentes del África Sub-Sahariana
G-5	Varones y mujeres procedentes de países latinoamericanos
G-6	Varones y mujeres jóvenes, nuevos residentes y comerciantes del barrio SF
	ENTREVISTAS BIOGRÁFICAS
B-1	Mujer, Marruecos, 35 años, casada con varón marroquí y dos hijos. Diez años residiendo en Bilbao y dos en SF.
B-2	Mujer, Italia, 35 años, soltera. Residió en el barrio por dos años y actualmente regenta un locutorio.
B-3	Mujer, Colombia, 28 años, casada con varón vecino del barrio y dos hijos. Cinco años residiendo en SF
B-4	Varón, Ecuador, 35 años, separado, dos hijos en Ecuador. Residió en SF a su llegada a Bilbao, ahora vive en otra zona.
B-5	Varón, Marruecos, 48 años, soltero. Diez años residiendo en el barrio, regenta

	un pequeño restaurante de comida marroquí.
B-6	Varón, Guinea-Bissau, 42 años, separado, dos hijas, una en Africa y otra en Barcelona. Residió unos años en Barcelona, ahora lleva 2 en SF.

NOMENCLATURAS DEL TRABAJO DE CAMPO EMBAJADORES/LAVAPIÉS

	ENTREVISTAS
I-1	Varón de Otavalo (Ecuador). Comerciante con tienda en el barrio.
I-2	Varón de Senegal. Trabaja en una empresa de envío de dinero.
I-3	Varón de Bangladesh. Propietario de locutorio y restaurante tradicional.
I-4	Mujer de Ecuador. Regenta un locutorio en el barrio.
I-5	Varón, marroquí de origen bereber. Residente en el barrio desde los años 90.
I-6	Varón de China. Trabaja en tienda familiar de importación y exportación de textil.
	ENTREVISTAS ASOCIACIONES
Asoc-1	Mediador vecinal y voluntario de la asociación <i>Puerta Abierta</i>
Asoc-2	Directora del servicio social de la asociación <i>Paideia</i>
Asoc-3	Coordinadora de la asociación cultural marroquí <i>Ibn Batuta</i>
Asoc-4	Dinamizadora vecinal de la asociación <i>La Corrala</i>
Asoc-5	Presidente de la asociación <i>La Corrala</i>
	GRUPOS DE DISCUSIÓN
G-1	Mujeres procedentes de países de mayoría islámica
G-2	Varones y mujeres procedentes de países latinoamericanos
G-3	Varones y mujeres jóvenes, nuevos residentes de Embajadores-Lavapiés
G-4	Varones y mujeres vecinos antiguos de Embajadores-Lavapiés
	ENTREVISTAS BIOGRÁFICAS
B-1	Varón, Colombia, 40 años, casado y con una hija en Colombia. Cinco años residiendo en Madrid.
B-2	Varón, Marruecos, casado. Un año residiendo en Lavapiés.
B-3	Mujer, Maruecos, 18 años, soltera. Tres años residiendo en Madrid.
B-4	Varón, Senegal. Tres años residiendo y trabajando en Lapaiés.
B-5	Varón, Pakistán, 35 años. Casado y con hijos en Pakistán. Diez años residiendo en Madrid.
B-6	Mujer, Republica Dominicana, casada y con tres hijos, dos de una pareja en la República Dominicana. Diez años residiendo en Madrid.

