

GARCÍA BALLESTEROS, A., dir., (2006): *Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid*, Madrid, Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Comunidad de Madrid, 125 págs.

De nuevo, el grupo de investigación sobre inmigración extranjera en Madrid, que dirige la profesora García Ballesteros en la Universidad Complutense, vuelve a publicar, de la mano de la Dirección General de Economía de la Comunidad de Madrid, un interesante volumen sobre la problemática inmigratoria en la metrópolis madrileña.

Es éste el tercer número de una serie que inauguró en 2002 el *Atlas de la Comunidad de Madrid en el umbral del siglo XXI. Imagen socioeconómica de una región receptora de inmigrantes*, seguido de la publicación del estudio: *Inmigración y sistema productivo en la Comunidad de Madrid*, en 2005.

Tenemos delante uno de los grupos más dinámicos de investigación de la llegada de residentes extranjeros a España en la última década del siglo XX y en la primera del siglo XXI: sin duda, un auténtico referente en este campo.

Dicho lo anterior, y recomendando vivamente el estudio del tomo a toda persona que

se interese por los problemas migratorios actuales, vamos a redactar algunas consideraciones al hilo de su lectura, subrayando los aspectos que nos parecen especialmente acertados y apuntando las cuestiones que permanecen abiertas, antes, durante y después de esta investigación.

En primer lugar es de rigor subrayar la transparencia de los autores, que, como en entregas anteriores, exponen claramente cuáles han sido las fuentes de su investigación: a) Censo de actividades y sujetos pasivos contribuyentes del impuesto sobre actividades económicas; b) Directorio de unidades de actividad económica de la Comunidad de Madrid; c) Registros de la Seguridad Social; d) Documentación de ONG; e) Informes no confidenciales de entidades que gestionan microcréditos para apertura de negocios.

Además de consultar la información estadística publicada (que se menciona en el párrafo anterior), los autores han llevado

a cabo un número considerable de recorridos urbanos y realizado 40 entrevistas semi-estructuradas, a expertos y a protagonistas del fenómeno en cuestión. Además han registrado 12 historias de vida, de informantes cualificados y líderes inmigrantes. Finalmente, se ha encuestado a 300 inmigrantes emprendedores para afianzar, cuantificar y poder generalizar alguno de los aspectos que han aflorado en las entrevistas e historias de vida.

En el capítulo I, donde se recogen interpretaciones de los fenómenos que se describen en el capítulo II, los autores exponen las peculiaridades del establecimiento de negocios de inmigrantes en distintos países y continentes. En concreto, la aparición del empresariado étnico en España se caracteriza por su “virulencia”, que es el resultado del *boom* inmigratorio que ha afectado a nuestro país en la década de los 90 y en lo que va de siglo XXI. La entrada masiva de inmigrantes laborales tiene lugar en el seno de una sociedad posindustrial, con un mercado de trabajo reestructurado y muy segmentado, donde existen numerosos puestos de trabajo, que la población autóctona descarta, en los segmentos inferiores. Además, la sociedad española que recibe estos inmigrantes es un colectivo que envejece progresivamente.

También en el primer capítulo, se plantea la relación que existe entre el autoempleo de los inmigrantes, la empresa étnica y los motivos para la consolidación de empresas de inmigrantes. En este sentido se recoge, entre otras, la explicación de que el autoempleo, y el empresariado étnico, es una salida del desempleo. En nuestra opinión, este

esquema explicativo no se puede generalizar. Es más, los empresarios étnicos son siempre personas con muchas iniciativas, que difícilmente se encontrarán entre los inmigrantes parados. Por otra parte, también disintimos de los autores en su interpretación de que hay inmigrantes que vienen a España con un proyecto empresarial en la cabeza. Por supuesto que existen personas de fuera de España que vienen a abrir un negocio, a explotar una franquicia, o a instalar una sucursal de una compañía extranjera, pero éstos no son inmigrantes, inmigrantes laborales. El inmigrante que viene a España como pieza en una red socioeconómica establecida, no podemos considerarle propiamente inmigrante emprendedor. Los inmigrantes emprendedores vienen a nuestro país a buscar trabajo, el que sea, independientemente de cual sea su capacitación. Después de sobrevivir en el mercado de trabajo asalariado varios años, algunos, los más audaces, intentarán explotar alguna ventaja comparativa, con frecuencia relacionada con su pasado —profesión, país de origen, etc.—, o introducirse en un nicho de negocios, recurriendo al crédito familiar, al interétnico, al crédito blando, al microcrédito, a la subvención oficial y, también, si les parece rentable, a los créditos bancarios y parabancarios.

En el capítulo II, que constituye la mayor parte del libro, en trece epígrafes, se presentan los resultados de la investigación: causas de la emigración, perfil del inmigrante emprendedor, trayectoria laboral desde la llegada a la Comunidad de Madrid, financiación, empresarios y trabajadores, integración, etc.

Las estrategias de localización de los negocios étnicos aparecen muy oportunamente presentadas al comienzo del segundo capítulo: 1) Localización junto a “los suyos”; 2) Localización en puntos de ruptura de transporte popular; 3) Localización en el casco antiguo (centro deteriorado); 4) Localización cerca de los centros de ocio y de culto. Por otra parte, la mayoría de los establecimientos étnicos tienden a diversificar su oferta y a facilitar la creación de redes de apoyo, servicios de asesoramiento, préstamo informal, etc.

Resulta especialmente llamativo el resultado de que entre los inmigrantes emprendedores de la Comunidad de Madrid destaquen, muy por delante de los demás, los chinos, que constituyen una comunidad importante pero en absoluto comparable con otros colectivos inmigrantes, como los ecuatorianos o los marroquíes. En segundo lugar aparecen los emprendedores dominicanos, que también resultan excesivamente representados, teniendo en cuenta el tamaño de su comunidad. El resto de la lista de países de origen de inmigrantes emprendedores en Madrid se ajusta a las expectativas más razonables: Ecuador, Marruecos, Argentina, Perú y Colombia. La importancia de los negocios dominicanos es heredada de otros momentos en que este colectivo se encontraba a la cabeza de la inmigración en la Comunidad de Madrid. Se trata de negocios que prestan servicios personales, principalmente peluquerías, en los que la mujer desempeña un papel gerencial importante.

La impresionante escalada de los negocios chinos es una prueba de la potencia de

sus redes comerciales, con experiencia multiseccional. Llegan a España con un proyecto empresarial, forjado en China o, más probablemente, en colonias chinas presentes en cualquier parte del mundo. La colonia china está siempre mucho más estructurada que cualquiera otra, también socialmente, distinguiéndose la clase de propietarios de negocios de las personas que trabajan para ellos. La familia extensa es la columna vertebral de la diáspora china. Las asociaciones de empresarios chinos son muy sólidas y, antes o después, acaban dejando oír su voz en las instancias políticas locales o regionales.

Crece el interés de la lectura al llegar al epígrafe dedicado a la financiación de los negocios de los inmigrantes. Es en este capítulo donde los autores reproducen más transcripciones de conversaciones mantenidas con inmigrantes. Los autores concluyen que la parte más importante de los negocios inmigrantes se autofinancia, porque los inmigrantes no tienen acceso fácil a los circuitos crediticios normales. El dinero procede de la familia extensa, de los paisanos y, también, de redes privadas de préstamo, especialmente en el caso de los latinoamericanos. Se mencionan también los microcréditos, pero todavía no se han difundido suficientemente entre la comunidad inmigrante emprendedora.

Por lo que respecta al tipo de negocio hay que reconocer que se trata de empresas de poco volumen (sólo el 40% tienen empleados y la mayoría entre uno y dos). Las empresas con más de cinco empleados son muy pocas. La rama de actividad predominante es el comercio. A continuación

aparecen los locutorios, las peluquerías, los restaurantes y bares, los servicios sanitarios, las agencias de viaje y las empresas de construcción y reformas. De lo anterior se deduce que las empresas étnicas en Madrid están todavía muy orientadas a la comunidad de inmigrantes extranjeros, que, por supuesto, es un mercado importante en sí mismo. Aunque va creciendo el número de clientes autóctonos, sobre todo en los barrios centrales, como en el caso de Lavapiés, cada vez más frecuentado como recurso exótico de la ciudad global. Entre los

comercios más visitados por todo tipo de clientes, en los enclaves étnicos, y en el resto de la región metropolitana, se encuentran los bazares surtidos de todo tipo de productos económicos, las tiendas de alimentación abiertas de sol a sol, y los restaurantes étnicos económicos, chinos en su gran mayoría.

Los autores se despiden con unas conclusiones acertadas, abundante bibliografía y anexos estadísticos de utilidad.

*JUAN A. CEBRIÁN*