Aitor Ibarrola-Armendariz y Claire H. Firth (eds.)

Migraciones en un contexto global

Transiciones y transformaciones como resultado de la masiva movilidad humana



Deusto
Publicaciones

Migraciones en un contexto global

Transiciones y transformaciones como resultado de la masiva movilidad humana

Aitor Ibarrola-Armendariz y Claire H. Firth (eds.)

Migraciones en un contexto global

Transiciones y transformaciones como resultado de la masiva movilidad humana

2007
Universidad de Deusto
Bilbao

Serie Migraciones Internacionales, núm. 5

Equipo de investigación UD
en Migraciones Internacionales

Consejo de Dirección
María Luisa Setién
Julia González
Rosa Santibáñez
Concepción Maiztegui
Trinidad L. Vicente

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

© Publicaciones de la Universidad de Deusto
Apartado 1 - 48080 Bilbao
e-mail: publicaciones@deusto.es

ISBN: 978-84-9830-638-5

Inmigración y autoempleo en la Comunidad Autónoma Vasca: Una aproximación cualitativa

Nahikari Irastorza Arandia

Orkestra
Universidad de Deusto
nirastor@orkestra.deusto.es

Iñaki Peña Legazkue

Orkestra
Universidad de Deusto
ipena@ud-ss.deusto.es

Introducción

Las migraciones internacionales están cobrando una importancia cada vez mayor tanto en las sociedades emisoras como receptoras de las mismas. España, un país tradicionalmente emisor de personas, se ha convertido desde mediados de los 80 y, principalmente, desde el año 2000 en uno de los países europeos que más inmigrantes extranjeros acoge. A pesar de que la cornisa cantábrica y, por lo tanto, la Comunidad Autónoma Vasca (en adelante, CAPV), no ha sido uno de los principales focos de inmigración dentro del Estado, la presencia de inmigrantes extranjeros es cada vez más significativa dentro de este ámbito geográfico. La CAPV, que cuenta con una larga experiencia como receptora de inmigración interna, se enfrenta ahora a un nuevo reto como es la inmigración extranjera.

A pesar de que las motivaciones de cada persona a la hora de tomar la decisión de migrar suelen ser múltiples y, a veces, hablar de una sola puede resultar en una simplificación de la realidad, la mayoría de los flujos migratorios existentes en la actualidad responden principalmente a un deseo de mejora socio-económica. Por lo tanto, la inserción laboral constituye un objetivo primordial para las personas migrantes. Sin embargo, debido a las dificultades a las que se enfrentan estas personas a la hora de buscar un empleo decente —ya sea por cuestiones de irregularidad, desconocimiento del idioma, la falta de redes sociales, dificultades de convalidación de estudios, o de discriminación— muchas de ellas optan por abrir su propio negocio como estrategia de autoempleo.

Como consecuencia del aumento del número de migrantes, el número de empresarios también ha aumentado dentro de este colectivo. Esta realidad es muy visible en algunos barrios de grandes ciudades, como es el caso de Chueca o de Lavapiés en Madrid, el Raval o el distrito de Ciutat Vella en Barcelona; pero también en ciudades secundarias, como, por ejemplo, el barrio de San Francisco en Bilbao. A medida que la actividad emprendedora de las personas inmigradas se hace más notoria, los estudios realizados en este campo van cobrando una importancia cada vez mayor. En países como Estados Unidos, Canadá, Australia o el Reino Unido, tradicionalmente conocidos como países de inmigración, existe una vasta literatura que analiza la actividad emprendedora de inmigrantes y minorías étnicas desde múltiples disciplinas (Light, 1972; 1979; Portes, 1986; 1989; Aldrich and Waldinger, 1990; Bates, 1997; Rath, 2000; 2002; Rath and Kloosterman, 2000; Constant and Zimmermann, 2004). En España, dado que se trata de un fenómeno incipiente, los estudios realizados en este campo son aún relativamente escasos. Solé, Parella y Cavalcanti (2007) realizan una completa revisión de la literatura de los trabajos publicados sobre el empresariado étnico en España desde diferentes disciplinas, comenzando desde los primeros estudios realizados por Buckley (1998) y Beltrán (2000), hasta los más recientes de Solé y Parella (2005), Oso, Villares y Golías (2005) y García Ballesteros et al. (2006). Sin embargo, se trata de un campo de estudio en el que queda mucho por investigar.

El presente trabajo tiene un carácter exploratorio y su objetivo es testar los hallazgos de la literatura sobre las motivaciones de los emprendedores para emigrar, para crear el negocio, sus estrategias empresariales y las consecuencias socioeconómicas que les ha supuesto la apertura del negocio, en una muestra reducida que opera en el ámbito de la CAPV. Más concretamente, las cuestiones que se quieren abordar son las siguientes:

(1) ¿Cuáles son las principales motivaciones que empujan a las personas a tomar la decisión de migrar? ¿por qué razones eligieron la CAPV como destino?
(2) ¿Cuáles son los principales factores que motivan a las personas inmigrantes para emprender un negocio?
(3) ¿Cuáles son las principales estrategias empresariales utilizadas por los inmigrantes? ¿responden a las denominadas *estrategias étnicas*? ¿en qué se diferencian de las estrategias seguidas por los nativos?
(4) ¿Experimentan los inmigrantes emprendedores dificultades añadidas por el hecho de haber nacido en otro país? en caso de que la respuesta fuera afirmativa, ¿cuáles serían estas diferencias?
(5) ¿Cuáles son, en caso de hubiera alguno, los beneficios obtenidos por los emprendedores inmigrantes a raíz de la puesta en marcha del negocio?

Para abordar estas cuestiones nos basaremos en tres líneas teóricas básicas de la literatura en *ethnic entrepreneurship*: la hipótesis de la desventaja (Light, 1972; 1979), la teoría de las redes migratorias (Massey, 1988; Light, Bhachu y Karageorgis, 1992) y el modelo de interacción (Aldrich y Waldinger, 1990).

La estructura que sigue el trabajo es la siguiente: el primer capítulo ofrece una visión general de la situación de la inmigración extranjera y su actividad emprendedora. En el segundo se presenta un breve resumen de las teorías más relevantes que tratan las cuestiones arriba planteadas. El tercer capítulo está dedicado a la descripción de los datos y la metodología utilizada para llevar a cabo el trabajo. En el capítulo cuatro se presentan los principales resultados obtenidos en las entrevistas realizadas. El trabajo concluye con la presentación de algunas conclusiones y sus posibles implicaciones.

1. **Contextualización: Inmigración extranjera en la CAPV**

1.1. *Inmigración extranjera en la CAPV*

La presencia de inmigrantes extranjeros es cada vez más notoria no sólo en las grandes áreas metropolitanas y el sur de España, sino también en otras comunidades como la CAPV. En los últimos diez años el número de personas extranjeras empadronadas en la CAPV se ha multiplicado por 6,4. Por provincias, el mayor incremento se ha producido en Araba, donde en 2007 había 7,8 veces más extranjeros empadronados que en 1998 (ver Tabla 1).

A principios de 2007 había en España 4.482.568 personas extranjeras empadronadas (9,94% sobre la población total). En la CAPV este porcentaje era de 98.108, alcanzando el 4,58% de la población total. Aunque en números absolutos la mayoría de los empadronamientos de personas extranjeras en la CAPV se registran en Bizkaia, en términos relativos Araba destaca con más de un 6% de extranjeros empadronados sobre la población total (frente al 4% de Bizkaia y Gipuzkoa). El incremento relativo en el número de personas extranjeras empadronadas en relación a la población total registrado entre 1998 y 2007 es, a su vez, superior en Araba que en el resto de las provincias de la CAPV. El tipo de mano de obra, menos cualificada, requerida en esta provincia, donde el peso del sector agrícola es superior al de Gipuzkoa y Bizkaia, podría ser uno de los factores explicativos de dicha diferencia.

Tabla 1

Evolución de la población extranjera en la CAPV (1998-2007)

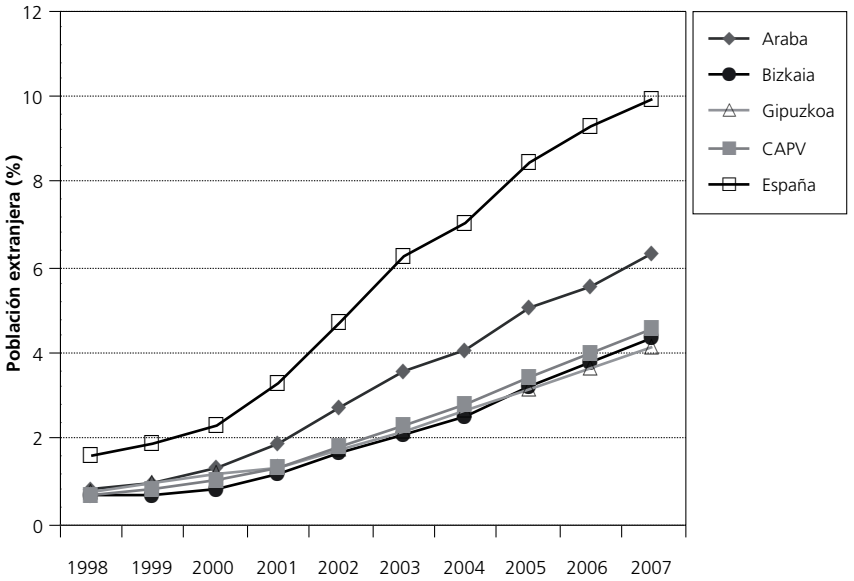
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Araba	2.460	2.801	3.818	5.462	8.031	10.445	12.058	15.141	16.857	19.309
Bizkaia	7.437	7.633	9.419	13.120	18.661	23.908	28.876	36.217	43.395	49.916
Gipuzkoa	5.301	6.359	7.903	8.856	11.716	14.878	18.232	21.536	25.29	28.883
CAPV	15.198	16.793	21.140	27.438	38.408	49.231	59.166	72.894	85.542	98.108
España	637.085	748.954	923.879	1.370.657	1.977.946	2.664.168	3.034.326	3.730.610	4.144.166	4.482.568
% sobre la población total										
Araba	0,86	0,98	1,33	1,89	2,75	3,55	4,07	5,05	5,58	6,32
Bizkaia	0,65	0,67	0,83	1,16	1,65	2,11	2,55	3,19	3,81	4,37
Gipuzkoa	0,78	0,94	1,16	1,30	1,72	2,17	2,66	3,13	3,66	4,16
CAPV	0,72	0,80	1,01	1,31	1,82	2,33	2,80	3,43	4,01	4,58
España	1,60	1,86	2,28	3,33	4,73	6,24	7,02	8,46	9,27	9,94

Fuente: INE (Padrón municipal). Datos del 1 de enero.

El Gráfico 1 muestra la evolución de la población extranjera empadronada en la CAPV sobre la población total entre 1998 y 2007, por provincias. El porcentaje de extranjeros empadronados en España es superior al de la CAPV, tanto en 1998 como en 2007, aunque resulta más acentuado en este último año. En 1998 apenas había diferencia alguna en el porcentaje de extranjeros empadronados entre las provincias de la CAPV. Sin embargo, el gráfico destaca el mayor incremento de la población extranjera empadronada en Araba entre 1998 y 2007 en relación al resto de provincias y constata la notable diferencia que llega a registrarse a principios de 2007.

Gráfico 1

Evolución de la población extranjera en la CAPV (1998-2007)



1.2. *Inmigración y mercado laboral en la CAPV*

Como consecuencia del aumento de la población extranjera en España y la CAPV, el número de extranjeros afiliados a la Seguridad Social también ha experimentado un incremento significativo. A finales del 2006 había en la CAPV tres veces más personas extranjeras afiliadas a la Seguridad Social que en 2001. Lo mismo ocurría en el caso de España y las provincias de la CAPV. Tal y como ocurría con el número de personas

extranjeras empadronadas, el porcentaje de extranjeros afiliados a la Seguridad Social sobre la población total de España a finales de 2006, duplica el porcentaje de la CAPV. Araba destaca sobre Gipuzkoa y Bizkaia en cuanto al porcentaje de extranjeros afiliados. Curiosamente, Bizkaia es la provincia donde se registra un mayor número de personas extranjeras afiliadas en términos absolutos y el menor porcentaje de extranjeros afiliados sobre el total de personas afiliadas.

Tabla 2

Evolución del número de extranjeros afiliados a la Seguridad Social en la CAPV (2001-2006)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Araba	3.098	3.675	5.903	6.528	8.944	9.797
Gipuzkoa	4.004	5.213	5.880	7.111	11.166	12.805
Bizkaia	4.724	6.727	7.626	8.760	16.093	16.745
CAPV	11.826	15.615	19.409	22.399	36.203	39.347
España	607.074	831.658	925.280	1.076.744	1.696.117	1.823.973
% sobre la población total afiliada						
Araba	2,26	2,64	4,06	4,45	5,93	6,42
Gipuzkoa	1,42	1,82	2,02	2,39	3,66	4,14
Bizkaia	1,1	1,53	1,72	1,94	3,45	3,55
CAPV	1,39	1,8	2,21	2,5	3,92	4,22
España	3,85	5,14	5,58	6,27	9,34	9,81

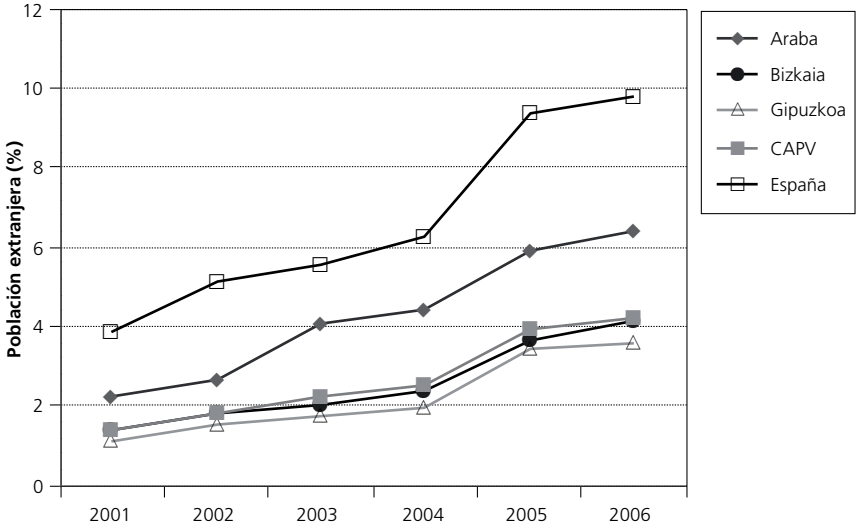
Fuente: http://www.mtas.es/estadisticas/presenta/index.htm . Datos del 31 de diciembre.

El Gráfico 2 ilustra la evolución del porcentaje de personas extranjeras afiliadas a la Seguridad Social sobre el total de personas afiliadas en la CAPV entre finales de 2001 y 2006. El gráfico muestra claramente que en ambos periodos el porcentaje de extranjeros afiliados en España se sitúa muy por encima del registrado en la CAPV. Entre las provincias vascas, destaca Araba por encima de Gipuzkoa y Bizkaia. Todos los territorios, excepto quizás Araba, siguen una evolución al alza relativamente constante hasta finales de 2004, a partir del cual y hasta finales de 2005, esta tendencia de acentúa. Este aumento, debido al proceso de regularización de personas extranjeras que tuvo lugar entre febrero y mayo de 2005, resulta más evidente en el caso de España y menos en el de Araba.

Por último, la Tabla 3 muestra la evolución del número de personas extranjeras afiliadas a la Seguridad Social en el régimen especial de autónomos. En términos absolutos, el número de autónomos extranjeros registrado tanto en la CAPV como en España a finales de 2006 duplicaba al registrado en el 2001. En el caso de Araba este número llegaba a triplicarse. A pesar de que el número de extranjeros empadronados en Araba y Bizkaia es superior al de Gipuzkoa, ésta se sitúa por delante del resto de las provincias en cuanto al número de extranjeros afiliados como autónomos, tanto en términos absolutos como en relación al total de afiliados extranjeros.

Gráfico 2

Evolución del porcentaje de personas extranjeras afiliadas a la Seguridad Social sobre el total de afiliados en la CAPV (2001-2006)



No obstante, aunque el número absoluto de personas extranjeras afiliadas como autónomos se ha visto incrementado entre finales de 2001 y 2006, el porcentaje de autónomos extranjeros sobre el total de extranjeros afiliados a la Seguridad Social ha disminuido. El descenso más significativo se ha producido en Gipuzkoa y Bizkaia. Esta pérdida del peso relativo de las personas autónomas sobre el total de personas afiliadas no se limita a los extranjeros, sino que ha afectado también a la población nacional (ver Peña e Irastorza,

2006); sin embargo, la disminución es más relevante en el caso de las personas extranjeras.

Tabla 3

Evolución del número de extranjeros afiliados como autónomos a la Seguridad Social en la CAPV (2001-2006)

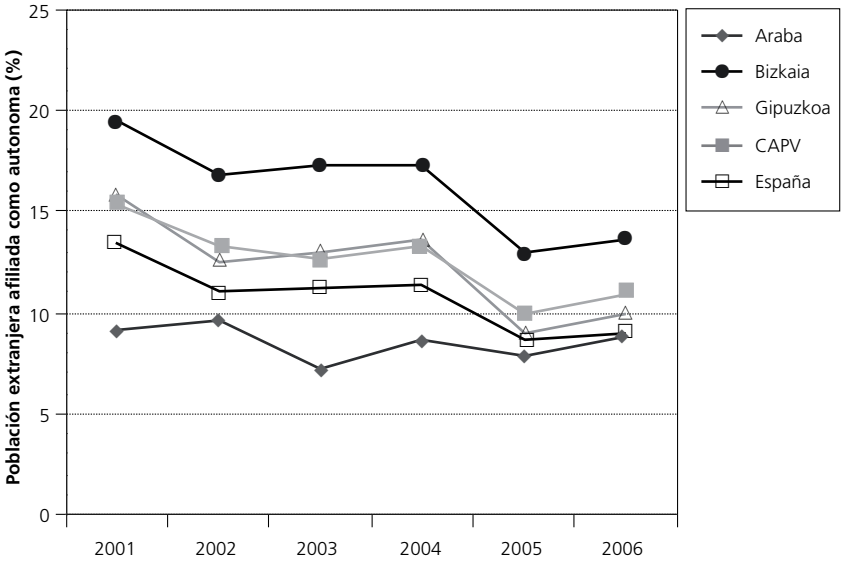
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Araba	282	353	429	561	701	869
Guipúzcoa	782	878	1.020	1.226	1.454	1.748
Bizkaia	745	841	991	1.194	1.455	1.649
CAPV	1.809	2.072	2.440	2.981	3.610	4.266
España	81.167	91.285	104.309	123.147	145.869	164.630
% sobre la población total de extranjeros afiliados						
Araba	9,1	9,61	7,27	8,59	7,84	8,87
Guipúzcoa	19,53	16,84	17,35	17,24	13,02	13,65
Bizkaia	15,77	12,5	13	13,63	9,04	9,85
CAPV	15,3	13,27	12,57	13,31	9,97	10,84
España	13,37	10,98	11,27	11,44	8,6	9,03

Fuente: http://www.mtas.es/estadisticas/presenta/index.htm. Datos del 31 de diciembre.

El Gráfico 3 evidencia el peso relativo superior que tienen los autónomos extranjeros sobre el total de extranjeros afiliados en Gipuzkoa en relación al resto de territorios. Todos los territorios, a excepción de Araba, parecen haber seguido una tendencia similar. A finales de 2001, el porcentaje de autónomos extranjeros era muy alto en casi todos los casos, llegando a alcanzar casi el 20% en Gipuzkoa. Entre finales de 2002 y 2004 se mantiene constante, con alguna variación leve. Entre finales de 2004 y 2005, el porcentaje de autónomos sobre el total de afiliados extranjeros desciende significativamente. Este descenso no se debe a una disminución en el número de personas extranjeras afiliadas en el régimen de autónomos, sino a un aumento extraordinario en régimen general, debido, sin duda, al proceso de regularización de extranjeros que tuvo lugar durante el 2005. Por último, entre 2005 y 2006, la tendencia vuelve a ser ligeramente al alza.

Gráfico 3

Evolución del porcentaje de personas extranjeras afiliadas como autónomas a la Seguridad Social sobre el total de personas extranjeras afiliadas (2001-2006)



1.3. *Inmigración y creación de empresas en la CAPV*

1.3.1. Demografía empresarial

La llegada de la inmigración extranjera a la CAPV ha conocido un progresivo aumento durante la década de los 90. Este incremento se ha visto reflejado, entre otros aspectos, en el número de empresas creadas anualmente por personas extranjeras. La Tabla 4 recoge la evolución de las empresas creadas entre 1993 y 2003 por extranjeros bajo la forma legal de personas físicas[1]. En él se observa que en el año 2003 se crearon 2,5 veces más empresas que en 1993. Casi la mitad de las empresas se creó en Bizkaia, el 43% en Gipuzkoa y solamente un 8% en Araba.

[1] El motivo por el cual hemos seleccionado empresas creadas por extranjeros bajo la forma legal de personas físicas obedece a la inaccesibilidad a datos que recogen empresas creadas por emprendedores extranjeros bajo otras formas asociativas.

Tabla 4

Evolución del número de empresas unipersonales creadas por personas extranjeras en la CAPV (1993-2003)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Average
	N.º de empresas creadas											
Araba	2	6	13	9	16	15	23	24	32	52	67	24
Guipúzcoa	49	112	13	86	153	96	100	106	97	133	124	97
Bizkaia	82	77	13	88	112	102	128	100	141	176	151	106
CAPV	133	195	13	183	281	213	251	230	270	361	342	225
	% vertical											
Araba	1.50	3.08	5.75	4.92	5.69	7.04	9.16	10.43	11.85	14.40	19.59	8.49
Guipúzcoa	36.84	57.44	42.04	46.99	54.45	45.07	39.84	46.09	35.93	36.84	36.26	43.43
Bizkaia	61.65	39.49	52.21	48.09	39.86	47.89	51.00	43.48	52.22	48.75	44.15	48.07
CAPV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: EUSTAT.

Tal y como sucedía con el número de empresas creadas, los cierres de éstas presentan una evolución similar. Según muestra la Tabla 5, las empresas que cesaron su actividad en el año 2003 duplicaban a los cierres registrados en 1993. Curiosamente, al contrario de lo que ocurría con la media de las empresas creadas entre los años 1993 y 2003, la mitad de la media de los cierres se registraban en Gipuzkoa y no en Bizkaia, donde el porcentaje de empresas creadas era ligeramente superior al de Gipuzkoa. Esta diferencia podría obedecer a diversas razones, como por ejemplo, (i) a una mayor mortandad de las empresas que operaban en Gipuzkoa durante el decenio 1993-2003 en comparación con Bizkaia o (ii) a la existencia de un mayor número de empresas extranjeras creadas en Gipuzkoa con anterioridad al año 1993 que cesaron su actividad entre 1993 y 2003. La media de empresas que cesaron su actividad en la provincia de Araba era inferior al 8%.

Por último, el Gráfico 4 ilustra la diferencia neta entre el número de altas y bajas de empresas creadas en la CAPV entre los años 1993 y 2003, por provincias. A excepción de los años 1995 y 1996, la diferencia entre las empresas creadas y cerradas fue positiva para todos los años. Araba, donde la tasa de demografía empresarial ha sido positiva en todos los periodos, ha conocido un crecimiento modesto pero constante. No es este el caso de Gipuzkoa y Bizkaia, provincias que han sufrido notables oscilaciones durante la primera mitad del decenio, con un mayor

número de ceses que de altas en 1995 y 1996, pero que presentan una tendencia más estable y ligeramente al alza a partir del año 1998. Destaca el notable incremento conocido entre 2002 y 2003 en el conjunto de la CAPV.

Tabla 5

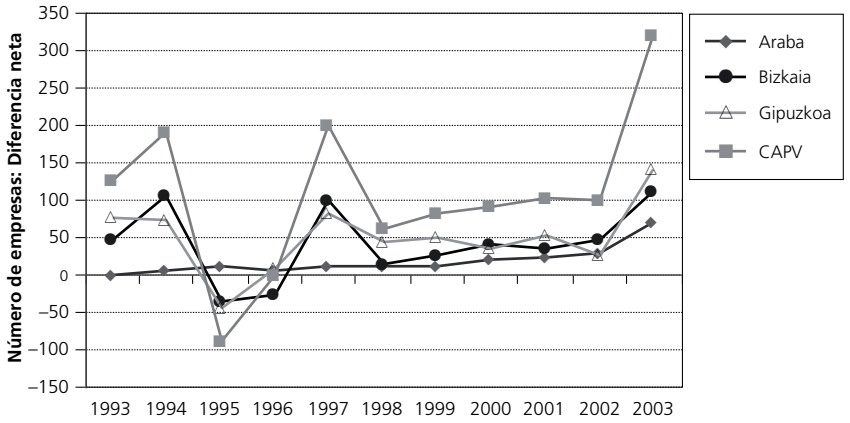
Evolución del número de cierres de empresas unipersonales creadas por personas extranjeras en la CAPV (1993-2003)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Average
	N.º de empresas cerradas											
Araba	0	1	0	6	4	5	12	6	16	25	3	7
Gipuzkoa	5	3	46	106	50	81	79	70	64	90	6	55
Bizkaia	3	1	56	69	28	64	77	65	85	144	10	55
CAPV	8	5	102	181	82	150	168	141	165	259	19	116
	% vertical											
Araba	0.00	20.00	0.00	3.31	4.88	3.33	7.14	4.26	9.70	9.65	15.79	7.10
Gipuzkoa	62.50	60.00	45.10	58.56	60.98	54.00	47.02	49.65	38.79	34.75	31.58	49.36
Bizkaia	37.50	20.00	54.90	38.12	34.15	42.67	45.83	46.10	51.52	55.60	52.63	43.55
CAPV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: EUSTAT.

Gráfico 4

Evolución de la diferencia neta entre las altas y las bajas de empresas unipersonales creadas por personas extranjeras en la CAPV (1993-2003)



1.3.2. Sectores de actividad

Estudios sobre la actividad emprendedora de los inmigrantes señalan que los inmigrantes frecuentemente optan por trabajar en sectores post-industriales, marginales o segmentados, donde las barreras de entrada son relativamente bajos (Aldrich y Waldinger, 1990). Los datos que se presentan a continuación confirman los hallazgos de la literatura, puesto que la mayoría de los emprendedores extranjeros que operaron en la CAPV en dicho periodo optaron por iniciar su actividad en el sector del comercio, hostelería y transporte, y en construcción, sectores, en su mayoría, en los que el inicio de una actividad emprendedora no requiere de una gran inversión. El sector industrial, ya insignificante en 1993, va perdiendo peso durante el siguiente decenio. Los sectores de la banca, seguros y servicios a empresa, así como otras actividades de servicios siguen la misma evolución que el sector industrial. Ocurre lo contrario con el sector de la construcción, cuyo peso relativo llega a duplicarse entre 1993 y 2003.

Tabla 6

Evolución del número de empresas unipersonales creadas por personas extranjeras en la CAPV según sector de actividad (1993-2003)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Banca, seguros y servicios a empresas	Otras ctividades de servicios	Total
			N.º de establecimientos creados			
1993	5	10	65	25	27	132
1994	5	11	94	21	63	194
1995	7	20	116	31	52	226
1996	3	15	111	26	28	183
1997	6	30	150	44	51	281
1998	5	34	101	25	48	213
1999	7	43	127	32	42	251
2000	6	47	110	30	36	229
2001	10	49	119	47	45	270
2002	8	81	161	55	56	361
2003	6	79	171	39	46	341
Total	68	419	1325	375	494	2,681

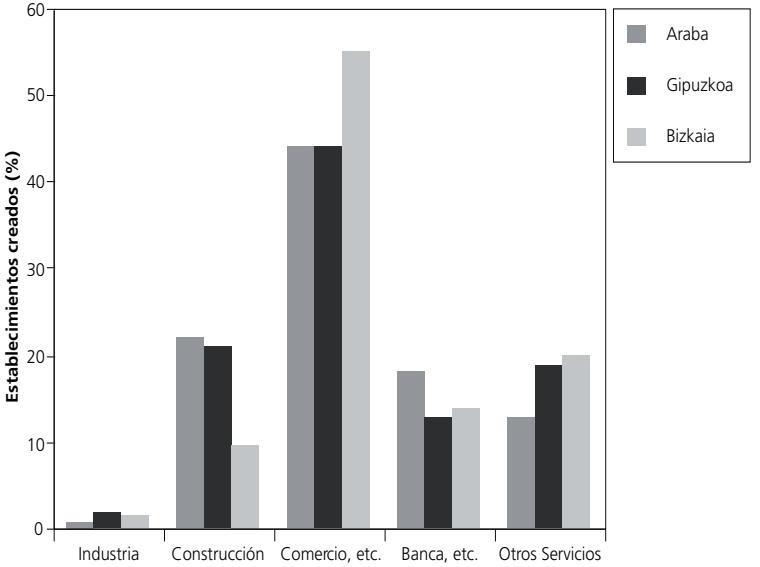
			horizontal %			
1993	3.79	7.58	49.24	18.94	20.45	100
1994	2.58	5.67	48.45	10.82	32.47	100
1995	3.10	8.85	51.33	13.72	23.01	100
1996	1.64	8.20	60.66	14.21	15.30	100
1997	2.14	10.68	53.38	15.66	18.15	100
1998	2.35	15.96	47.42	11.74	22.54	100
1999	2.79	17.13	50.60	12.75	16.73	100
2000	2.62	20.52	48.03	13.10	15.72	100
2001	3.70	18.15	44.07	17.41	16.67	100
2002	2.22	22.44	44.60	15.24	15.51	100
2003	1.76	23.17	50.15	11.44	13.49	100
Total	2.54	15.63	49.42	13.99	18.43	100

Fuente: EUSTAT.

El Gráfico 5 recoge el porcentaje medio de empresas creadas en la CAPV entre 1993 y 2003 por sector de actividad y provincias. El gráfico evidencia el predominio del sector del comercio, hostelería y transporte sobre el resto de los sectores en las tres provincias. En cambio, el sector de la industria, donde las barreras de entrada son más significativas, registra el menor número de establecimientos. La construcción ocupaba el segundo lugar tanto en Araba como en Gipuzkoa, mientras otras actividades de servicios lo hacía en Bizkaia.

Gráfico 5

Establecimientos unipersonales creados por personas extranjeras en la CAPV por provincias y sector de actividad (1993-2003)



1.3.3. Supervivencia empresarial

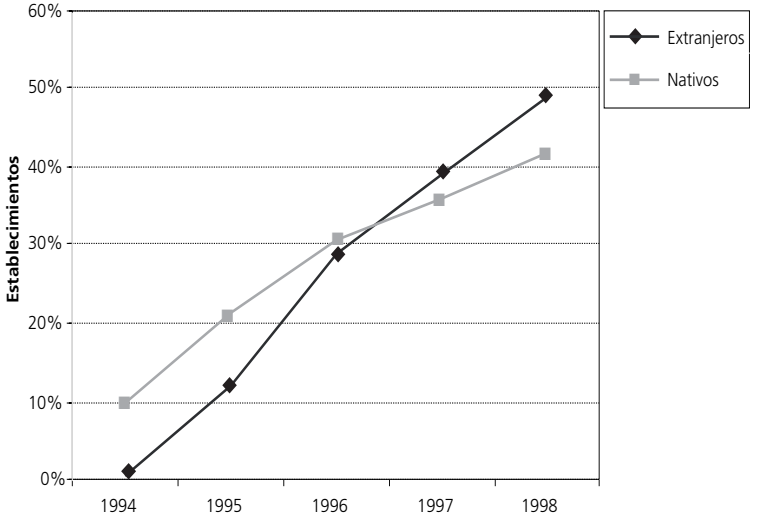
Estudios empíricos muestran que las empresas creadas por personas extranjeras cesan su actividad antes que las empresas creadas por los nativos (Fertala, 2004; Irastorza y Peña, 2006). Las dificultades añadidas a las que deben enfrentarse las personas extranjeras a la hora de abrir y gestionar un negocio podrían explicar esta diferencia. En este sentido, Solé y Parella (2005) sugieren que las personas inmigradas deben superar obstáculos adicionales por el hecho de emprender su negocio en un país extranjero, donde deben resolver trámites administrativos para obtener el permiso de trabajo por cuenta propia o ajena, donde no conocen el mercado de trabajo, pueden tener dificultades para hablar el idioma del país de acogida, pueden sufrir discrimación por parte de la sociedad receptora, o pueden tener más problemas para obtener la financiación inicial necesaria para abrir un negocio, etc.

Los Gráficos 6 y 7 ilustran la mortandad de los establecimientos creados por personas extranjeras residentes en la CAPV en 1994 y 1999 durante los primeros cinco periodos, en comparación a la mortandad

de los establecimientos creados por los nativos. Dado que nuestra base de datos recoge los establecimientos creados entre 1993 y 2003, hemos elegido estos dos años para poder medir y comparar la supervivencia empresarial durante dos periodos de 5 años. En general, ambos gráficos confirman los hallazgos de la literatura, puesto que la mortandad acumulada de los establecimientos creados por personas extranjeras tanto en 1994 como en 1999 en el quinto año a partir de su creación es superior a la mortandad de los negocios creados por los nativos.

Gráfico 6

Mortandad de las empresas unipersonales creadas en la CAPV según el origen del emprendedor en 1994



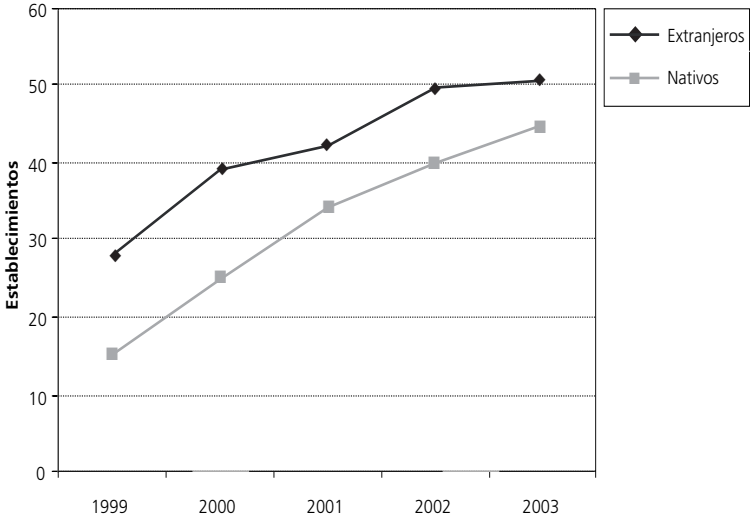
A diferencia de lo que ocurre con los negocios creados por personas extranjeras en 1999, aquellos que iniciaron su actividad en 1994 sobreviven más durante los dos primeros años que los establecimientos creados por los nativos. Sin embargo, a partir de 1996, año en que las dos líneas se cruzan, la mortandad acumulada de los negocios regentados por extranjeros supera a la mortandad de los negocios iniciados por personas con nacionalidad española[2]. La mortandad de los estable-

[2] Puesto que a comienzos de la década de los 90 la actividad empredendedora de personas extranjeras era aún muy incipiente, el escaso número de establecimientos registrados en 1994 puede haber distorsionado la visión del panorama empresarial.

cimientos creados en 1999 es superior en todos años. Sin embargo, la diferencia resulta más acentuada durante los dos primeros periodos y va disminuyendo a partir del año 2001.

Gráfico 7

Mortandad de las empresas unipersonales creadas en la CAPV según el origen del emprendedor en 1999



2. **Revisión de la literatura: Inmigración y creación de empresas**

En el apartado anterior, se acaba de presentar una visión general de la situación laboral y la actividad emprendedora de los extranjeros que habitan en la CAPV. En este apartado se ofrece un breve resumen de parte de la literatura escrita sobre la actividad emprendedora de los inmigrantes tanto en los Estados Unidos como en Europa. No se pretende abarcar todos los autores relevantes en el tema, sino recoger las ideas principales de las corrientes que me interesan para testar las variables seleccionadas para llevar a cabo este estudio.

2.1. *La hipótesis de la desventaja*

La hipótesis de la desventaja (Light, 1972; 1979) se refiere a las motivaciones de las personas inmigradas para emprender un negocio. Según

esta teoría, los inmigrantes parten de una situación de desventaja en el mercado de trabajo, originada tanto por razones de discriminación racial como por la falta de conocimientos y habilidades que puede tener una persona que no esté familiarizada con el sistema económico-laboral de la sociedad receptora. En esta situación, la puesta en marcha de un negocio surgiría como estrategia de autoempleo o supervivencia ante el bloqueo de oportunidades existente en el mercado de trabajo general. Respecto al tipo de trabajo desempeñado por los inmigrantes, Aldrich y Waldinger (1990) señalan que los emprendedores inmigrantes operan en mercados marginales, segmentados o exóticos, donde las barreras de entrada son relativamente bajas y, en consecuencia, el grado de competencia es alto.

Según estas líneas teóricas, debido las dificultades que experimentan las personas de origen extranjero para integrarse satisfactoriamente en el mercado laboral, los negocios creados por éstas partirían de una situación de necesidad (la necesidad de *autoemplearse*), más que de la percepción de una oportunidad de negocio. Por consiguiente, el riesgo de mortandad de las citadas empresas sería mayor que el de las empresas creadas por oportunidad.

La tesis del desarrollo socioeconómico propuesto por Constant y Zimmermman (2004) va más allá de la teoría de la desventaja al sugerir que la creación de un negocio ayuda a mejorar la situación socioeconómica del emprendedor. Por un lado, teniendo en cuenta el tipo de trabajo que desempeñan habitualmente las personas inmigradas, se espera que la gestión de un negocio propio aporte al emprendedor mayores ganancias de las que obtendría si trabajase por cuenta ajena. Por el otro, el contacto con los clientes y con otros comerciantes y asociaciones del barrio le facilitaría el establecer relaciones en el entorno en el que trabaja. El estudio de caso llevado a cabo por Parella (2005) entre los comerciantes étnicos de Barcelona confirmaría esta hipótesis, en cuanto la mayoría de las trayectorias empresariales analizadas reflejan procesos de movilidad ascendente. Sin embargo, otros autores como Hjerm (2004) critican este argumento señalando que el excesivo número de horas trabajadas no permite al dueño del negocio participar en actividades sociales, deportivas o culturales, mermando, de esta manera, sus opciones de interacción social. Además, añade que el sobresueldo que obtiene el trabajador por cuenta propia en comparación con el trabajador por cuenta ajena se debe al mayor número de horas trabajadas y no a una mayor rentabilidad de la hora trabajada.

En los apartados 4 y 5 se presentarán y discutirán las respuestas obtenidas por los entrevistados cuando se les ha preguntado por las

motivaciones para emprender el negocio así como por las consecuencias socioeconómicas que les ha supuesto la puesta en marcha del mismo.

2.2. *La teoría de las redes migratorias*

La teoría de las redes migratorias se sustenta en la idea de que la elección del destino —incluso, a veces, la misma decisión de migrar - por parte del futuro migrante depende, en gran medida, de la situación de un pariente, amigo o conocido que realizó la misma acción con antelación (Massey, 1988). Estas personas ya instaladas en las sociedades receptoras funcionarían como «facilitadores» de vivienda, trabajo, además de crear oportunidades por sí mismas en relación a la búsqueda alojamiento y empleo, así como el abastecimiento de comida y otros servicios (Light, Bhachu y Karageorgis, 1992). No obstante, estos autores matizan que las redes migratorias pueden llegar a moverse, en cuanto el mercado en el que operaban hasta entonces empiece a saturarse y deje de haber oportunidades de trabajo para los nuevos residentes.

La teoría de los recursos (Light, 1972; Light y Gold, 2000) utiliza el concepto de recursos étnicos para referirse a elementos socioculturales basados en redes sociales étnicas, como, por ejemplo, los sistemas de matrimonio, la religión, la lengua, valores empresariales particulares, asociaciones de crédito, etc. Light (1972) los distingue de los recursos de clase en que éstos son atributos culturales y materiales, como pueden ser el capital humano y financiero, propios de la burguesía de todo el mundo. Es habitual que el emprendedor emplee, formal o informalmente, a la familia para trabajar en su negocio; así como que tenga relación con proveedores de género e, incluso, prestamistas del mismo origen para gestionarlo y financiarlo. Cabría plantearse si la diferenciación entre los recursos étnicos y los recursos de clase propuesta por estos autores no obedece a una distinción entre los recursos empleados por miembros de minorías —para las cuales se utilizaría el concepto de recursos étnicos— y mayorías —a quienes se relacionaría con los recursos de clase— étnicas.

2.3. *El modelo de interacción*

El modelo de interacción propuesto por Aldrich y Waldinger (1990) señala la existencia de tres factores que interactúan en la creación de negocios étnicos: las características de los grupos, la estructura de oportunidades del mercado laboral y las estrategias étnicas. Las características de los grupos agrupan tanto el capital humano y social del emprendedor, como las características migratorias, tales como la formación previa,

el tipo y duración prevista del asentamiento o la posición socioeconómica posterior a la migración del mismo. La estructura de oportunidades se refiere a las condiciones de mercado, como pueden ser los nichos accesibles para las personas inmigradas, y las posibilidades de acceso a la propiedad por parte de los mismos. Por último, de la aplicación de los recursos étnicos que hace cada grupo en la estructura de oportunidades para hacer frente a las dificultades con las que se encuentra, surgen las estrategias calificadas como *étnicas*. Solé y Parella (2005) definen las restricciones adicionales que los inmigrantes autónomos tienen que afrontar en Cataluña de la siguiente manera: dificultades financieras iniciales debidas a la falta de ahorros propios y a las barreras para acceder a las instituciones de crédito formal; dificultades para obtener un permiso de trabajo; la actitud reticente y el rechazo por parte de la población nativa hacia estos comercios; y las rentas abusivas que deben pagar los inmigrantes en comparación con los nativos, supuestamente por la relación que hacen éstos entre inmigración y criminalidad.

Según el modelo de interacción, las estrategias étnicas, empleadas para combatir los obstáculos que se acaban de citar, abarcan desde el intercambio de información en espacios públicos compartidos por personas del mismo grupo (iglesias, asociaciones étnicas, etc.), ayudas financieras prestadas por familia, amigos u otras personas del mismo grupo, la contratación de mano de obra familiar, la auto-explotación, a la evasión de normativas e impuestos, etc. Teniendo en cuenta que todas estas prácticas podrían ser fácilmente atribuibles a empresarios *no étnicos*, una vez más, valdría la pena cuestionarse qué es lo verdaderamente étnico de estas estrategias, si la acción realizada o el sujeto que la realiza. Retomaremos el debate existente en torno a la etiqueta *étnic@* en relación al empresariado de origen inmigrante y los recursos y estrategias empleados por este colectivo.

3. **Metodología**

3.1. *Descripción de la metodología*

El método utilizado para recabar información sobre las preguntas planteadas en la introducción ha sido la entrevista personal. La entrevista en profundidad es el método más utilizado de recogida de información dentro de la metodología cualitativa. La utilización de este método implica la aceptación de la idea de que cada persona es experta en su propia experiencia y, por lo tanto, la más idónea para contar cómo ha vivido los actos o procesos concretos por los que se le pregunta (Darlington and Scott, 2002).

Según la estructuración, las entrevistas se clasifican en estructuradas, no estructuradas y semi-estructuradas. El grado de estructuración tiene relación a su vez con la mayor o menor apertura de las preguntas. Las entrevistas estructuradas son aquellas en las que el evaluador debe mantener una postura neutral y desprendida ya que su función se reduce a suministrar oralmente una serie de preguntas cerradas que el entrevistado ha de responder de forma breve mediante la mera expresión de acuerdo o desacuerdo con respecto a ciertas posibilidades de respuesta ofertadas. Las entrevistas no estructuradas son mucho más abiertas. En ellas se plantean una serie de cuestiones sin necesidad de seguir un orden ni una forma prefijada mediante la adecuación a las respuestas e intervenciones del entrevistado. Por último, las entrevistas semi-estructuradas combinan rasgos de las estructuradas y las no estructuradas. Partiendo de una serie de preguntas o temas predefinidos, se plantean dichas cuestiones siguiendo el orden prefijado y se deja que el entrevistado responda libremente a ellas. Si lo considera oportuno, el entrevistador puede intervenir solicitando al entrevistado que extienda alguna respuesta o, incluso, puede llegar a plantear nuevas preguntas a raíz de las respuestas proporcionadas por el entrevistado. Teniendo en cuenta el carácter exploratorio de este trabajo y la flexibilidad que ofrece el uso de esta última técnica, se ha optado por la utilización de entrevistas semi-estructuradas.

Tras la recogida de la información, las respuestas obtenidas se han procesado mediante *análisis de contenido*. A diferencia del *análisis del discurso*, cuyos objetivos y métodos se orientan al análisis exhaustivo de la forma y estructura narrativa de los textos para identificar elementos subyacentes y significativos que se evidencian en el uso del lenguaje, en el presente análisis de contenido nos limitaremos a recopilar y presentar de forma estructurada las ideas expuestas por los entrevistados, en tanto que expertos -por experiencia vital- en la temática que nos ocupa.

3.2. *Diseño de la entrevista*

La estructura de la entrevista ha sido diseñada tomando como referencia el guión temático propuesto por Solé y Parella (2005) en su libro *Negocios étnicos* y pretende testar si las teorías expuestas en el apartado de la literatura se confirman en el caso de la muestra seleccionada. Concretamente, se han realizado preguntas en torno a los siguientes aspectos:

— Motivos de la migración
— Motivos para crear la empresa

— Estrategias empresariales
— Diferencias percibidas con respectos a los empresarios nativos
— Consecuencias que ha tenido para ellos la apertura del establecimiento

Los dos primeros temas pretender valorar la validez de la Teoría de la desventaja y la Teoría de las redes migratorias entre las personas entrevistadas. El tercer grupo temático se erige en torno al concepto de estrategias étnicas propuesto por Aldrich y Waldinger (1990) y abarca cuestiones como la orientación étnica o generalista del negocio, el número de horas trabajadas, etc. El objetivo del punto número cinco es conocer la opinión de los propios emprendedores sobre las dificultades añadidas que pudieran tener con respecto a los emprendedores nativos, tanto a la hora de crear como de llevar a cabo su actividad. Por último, la sexta pregunta gira en torno a la tesis del desarrollo socioeconómico propuesto por Constant and Zimmermann (2004) y se centra en la valoración que hace el entrevistado de la mejora económica y social que haya podido experimentar a raíz de la apertura del negocio.

3.3. *Características de la muestra*

Tal y como se ha comentado en el capítulo introductorio, el objeto del presente estudio es explorar las motivaciones de los emprendedores para emigrar, para crear el negocio, las estrategias seguidas para gestionarla y las consecuencias que ha tenido para ellos, para después poder comparar los resultados obtenidos con los hallazgos de la literatura. Para ello, se han llevado a cabo diez entrevistas personales a emprendedores que han creado y regentan un negocio.

Las entrevistas se han llevado a cabo en la comarca de Donostialdea y, más concretamente, en las localidades de Donostia-San Sebastián, Errenteria-Orereta y Oiartzun, durante el mes de agosto. No se ha pretendido reunir a una muestra representativa de la población inmigrada emprendedora, sino que la selección de la misma obedece a motivos de conveniencia. Para contactar con los entrevistados, por un lado, se han utilizado las redes personales de la investigadora y, por el otro, se ha contactado directamente con el resto de establecimientos seleccionados. Las redes personales han servido para contactar con las personas entrevistadas de origen venezolano, mientras en el resto de los casos se ha acudido directamente a sus establecimientos. A pesar de que el objetivo del estudio no fuera respetar la representatividad de la población empresaria de origen extranjero, en la medida de lo posible, se ha

intentado reflejar la diversidad de orígenes y de tipos de negocio que se encuentra en los establecimientos regentados por personas inmigradas. Nos parece oportuno matizar que las personas procedentes de países latinoamericanos se han mostrado más accesibles que las procedentes de otros lugares. Nos ha resultado especialmente difícil encontrar a una persona de origen chino que hablara castellano y que estuviera dispuesta a contestar a nuestras preguntas. A su vez, debemos tener en cuenta que, por motivos de conveniencia, todos los negocios contactados y analizados, con excepción de uno, siguen vigentes; y que este hecho no se corresponde con la realidad empresarial de las personas extranjeras residentes en la CAPV.

Tabla 7

Características de la muestra[3]

Datos del emprendedor								
Entrevista	Origen	Género	Tipo de negocio	Edad	Años CAPV	Nivel educativo	Estado civil	N.º hijos
1	Venezuela	Hombre	Bar-restaurante	38	15	Universitarios sin finalizar	Casado	0
2	Venezuela	Mujer	Tienda de artículos de regalo	38	1	Secundaria	Divorciada	1
3	Venezuela	Mujer	Comida rápida	36	10	Formación profesional	Casada	1
4	Venezuela	Hombre	Tienda de informática	55	10	Secundaria	Casado	2
5	Argentina	Hombre	Bar-restaurante	35	5	Secundaria	Soltero	1
6	Marruecos	Hombre	Locutorio	33	7	Formación profesional	Casado	0
7	Marruecos	Hombre	Locutorio	31	9	Primaria sin finalizar	Casado	0
8	Sahara	Hombre	Tienda de comestibles (Africana)	37	10	Universitarios sin finalizar	Casado	2
9	Eslovaquia	Mujer	Bar	28	6	Formación profesional	Soltera	0
10	China	Hombre	Tienda de comestibles (China)	47	6	Secundaria	Casado	3

[3] Para garantizar el anonimato de las personas entrevistadas se ha omitido el dato de la localidad donde se ubica cada negocio en particular.

Datos de la empresa						
Entrevista	N.º socios	Edad	Vigencia	N.º empleados	Modificación de plantilla	Otros negocios
1	2	5	Sí	6-8	No	No
2	2	6 meses	No	1	No	No
3	1	3	Sí	2	Sí (-2)	No
4	1	3	Sí	2	No	No
5	1	1,5	Sí	2-6	No	No
6	1	8 meses	Sí	1	No	No
7	1	4	Sí	3	No	Sí (3)
8	1	2	Sí	1	No	No
9	1	3	Sí	2	No	No
10	1	1	Sí	3	Sí (+1)	Sí (1)

Concretamente, de las diez personas entrevistadas, cuatro son venezolanas, dos marroquíes, una saharaui, otra argentina, otra eslovaca y la última es de origen chino. Tres de ellas son mujeres y la media de edad de la muestra es de 38 años. Llevan una media de entre siete y ocho años viviendo en la CAPV. Dos entrevistados afirman tener estudios universitarios sin finalizar, otros dos acabaron la formación profesional, cuatro de ellos tiene estudios de educación secundaria y el último no finalizó la educación primaria. Siete de los diez entrevistados están casados, uno es divorciado y dos son solteros. Seis de ellos tienen uno, dos o tres hijos, mientras el resto no tiene ninguno. Por último, ocho de diez no tienen ningún otro negocio, mientras dos de ellos, además del actual, comparten uno y tres negocios familiares más. Curiosamente, la persona que ha puesto en marcha cuatro establecimientos es el que menor nivel educativo tiene.

Los negocios de todas las personas entrevistas siguen vigentes, con excepción de una tienda de artículos de regalo, regentada por dos socias, que estuvo abierta menos de un año. El resto de los negocios, excepto el bar-restaurante de un chico venezolano y su socio catalán, tienen solo socio y el número de empleados varía en función del tipo de empresa de que se trate, siendo los restaurantes los negocios que mayor número de personas emplean. La mayoría de los negocios no ha modificado su plantilla desde que se puso en marcha, excepto en el caso del establecimiento de comida rápida, cuya plantilla se ha visto reducida en dos personas, y la tienda de comestibles china, la cual cuenta con una personas más de la que tenía en un principio. Esta tienda es el segundo negocio de una familia (el primero es una tienda de chucherías). Sucede

lo mismo con un locutorio regentado por una persona de origen marroquí, en cuyo caso, ha abierto otros dos negocios distintos más adelante. Concretamente, esta persona comenzó a ofrecer servicios de carpintería, después abrió el locutorio, más adelante un bar y, por último, una peluquería. También se trata de negocios familiares.

4. **Resultados de las entrevistas**

En el primer apartado, dedicado a la contextualización del fenómeno emprendedor de los extranjeros en la CAPV, se ha explicado que, a pesar del progresivo aumento de la población extranjera y, por lo tanto, de la población extranjera afiliada a la Seguridad Social, el porcentaje de personas extranjeras autónomas ha conocido una disminución considerable en las provincias de la CAPV y en España, en general. Hemos visto que la mayoría de estas empresas se crearon en el sector del comercio, hostelería y transporte; y que la mortandad de los establecimientos creados por personas inmigradas es superior a la mortandad de los establecimientos creados por los nativos.

En este apartado se presentan los resultados del análisis de la información obtenida a través de las entrevistas personales. El análisis que se presenta a continuación, se ha realizado en torno a los temas expuestos en la revisión de la literatura y descritos en el diseño de la entrevista, y pretende realizar una pequeña contribución para explicar la realidad presentada en el primer apartado.

4.1. *Motivos de la migración*

Cuando se habla de manera generalista, a menudo se simplifican las motivaciones que puede haber tras la decisión de migrar. Las diferentes respuestas obtenidas cuando se les ha preguntado a los entrevistados por las razones por las cuales decidieron salir de sus países de origen, muestran la diversidad de factores que pueden motivar el acto migratorio.

Dos de los diez entrevistados hablan explícitamente de «mejorar sus condiciones de vida». En ambos casos, se trata de hombres de origen marroquí. Uno de ellos había vivido antes en Córdoba y se trasladó a la CAPV porque un conocido suyo, quien se había instalado aquí, le dijo que había poca inmigración y mejores oportunidades de trabajo. Para la otra persona, la CAPV fue el primer destino y dice que la elección fue casual.

Otras dos personas entrevistadas, de origen venezolano y argentino, explican que decidieron emigrar por la situación complicada de sus res-

pectivos países. Ambos tenían parientes o conocidos en la CAPV y uno de ellos vivió durante una temporada en Madrid antes de trasladarse a la CAPV, mientras que para el otro éste fue su primer destino.

Tabla 8

Motivos de la migración

Entrevista	Origen	Género	Motivos migración	Motivos elección PV	Otros destinos
1	Venezuela	Hombre	Viajar, conocer otros lugares	Tíos en PV (padre de Irún)	No
2	Venezuela	Mujer	Divorcio y necesidad de cambio de aires	Hermana en PV	No
3	Venezuela	Mujer	Conocer a un chico de SS	Novio de PV	No
4	Venezuela	Hombre	Situación complicada en su país	Hermanos en PV (padres de SS)	Sí (Madrid)
5	Argentina	Hombre	Situación complicada en su país	Conocido en PV	No
6	Marruecos	Hombre	Mejora de vida	Conocido en PV	Sí (Córdoba)
7	Marruecos	Hombre	Mejora de vida	Casualidad	No
8	Sahara	Hombre	Estudios	Novia de PV	Sí (Ámsterdam y Madrid)
9	Eslovaquia	Mujer	Problemas familiares, conocer otros países, aprender idiomas	Novio de PV	Sí (Toledo y Madrid)
10	China	Hombre	Oferta de trabajo	Tío con restaurante en PV	No

Dos mujeres, una de Venezuela y la otra eslovaca, dicen haber salido de sus países por razones personales. Concretamente, una de ellas lo hizo por la necesidad de cambio tras haber pasado por un divorcio y la otra menciona los problemas familiares, pero también el deseo de conocer otros países y aprender idiomas, como principales motivos de la migración. Las dos tenían un pariente o amigo en la CAPV. Para una de ellas éste ha sido su primer destino, mientras la otra había estado ya en Toledo y en Madrid, desde donde se trasladó con su novio de Hondarribi para trabajar en el restaurante que había montado él.

El deseo de conocer otros países fue también la principal motivación de un hombre venezolano, quien, siendo su padre de Irún, tiene parientes en la CAPV. Otra chica decidió migrar de Venezuela a la CAPV porque conoció a un chico de aquí, con quien más tarde llegó a casarse. Ésta es también la principal razón por la cual un hombre saharaui, tras

haber migrado a Ámsterdam para estudiar, se trasladó con su novia vasca de allí a Madrid y, más tarde, a la CAPV.

Por último, un matrimonio chino se trasladó directamente desde el sudeste de China a la CAPV porque su tío, quien tenía un restaurante, les ofreció trabajo como cocineros.

En resumen, dos personas hablan explícitamente de mejorar sus condiciones de vida, otras dos de una situación complicada en sus países de origen y otra dice que vino a trabajar. Sin embargo, el del resto de los entrevistados, habla de factores muy diversos y diferentes a éste como principales razones que motivaron la decisión de migrar. Seis de los diez entrevistados eligieron la CAPV como destino porque tenían familiares o amigos aquí, y otros tres comenzaron a salir con alguien de la CAPV y por eso se trasladaron aquí. Solamente una persona declara que su llegada a la CAPV fue algo casual. Por lo tanto, podríamos afirmar que la teoría de las redes migratorias (Massey, 1988; Light, Bhachu y Karageorgis, 1992) se cumple en la mayoría de los casos. Por último, seis de las diez personas entrevistadas llegaron directamente a la CAPV, para dos de ellas ésta era su segundo destino y para otras dos, el tercero.

4.2. *Motivos para crear la empresa*

En el punto anterior hemos observado la variedad de razones que pueden motivar el acto migratorio. La misma diversidad caracteriza a los factores que motivaron a las personas entrevistadas a poner en marcha su propio negocio.

La mitad de las personas entrevistadas mencionan los factores relacionados con el deseo de progresar económicamente y mejorar las condiciones laborales como los principales factores que motivaron la puesta en marcha de su negocio. Podríamos concluir que todos ellos responden, de alguna manera, al perfil de la teoría de la desventaja explicada por Light (1972; 1979).

Además de los ya citados, un hombre saharaui que regenta una tienda de productos alimenticios africanos también menciona motivos de salud y la percepción de una oportunidad de negocio, ante la llegada progresiva de personas extranjeras, como razones adicionales para crear su empresa. Otras tres personas trabajaban como empleadas en el establecimiento que regentan en la actualidad y aprovecharon la oportunidad de traspaso. Una mujer venezolana comenzó apoyando, como socia capitalista y empleada, un proyecto que pensaba emprender su hermana, pensando que también le aportaría una estabilidad laboral. Por último, un hombre marroquí siguió haciendo lo mismo que hacía en Marruecos, trabajar por cuenta propia como carpintero.

Tabla 9

Motivos de la creación del negocio

Entrevista	Origen	Género	Motivos creación empresa	Situación laboral previa	Experiencia en creación de empresas
1	Venezuela	Hombre	Su novio era cocinero en el restaurante que tienen ahora y aprovecharon la oportunidad de traspaso	Empleado en otra empresa y sector	Varias empresas en la familia
2	Venezuela	Mujer	Apoyar el proyecto de su hermana y estabilidad laboral	Negocio propio en Venezuela	Peluquería en Venezuela
3	Venezuela	Mujer	Independencia económica y asegurar el futuro de su hijo	Desempleada (ama de casa)	Farmacia con su hermana en Venezuela
4	Venezuela	Hombre	Traspaso de la tienda en la que trabajaba	Empleado en la misma tienda	Autónomo en Venezuela (carpintero)
5	Argentina	Hombre	Deseo de progresar y manejar su propio tiempo y dinero	Empleado en el mismo sector	Empresa de transporte en Argentina
6	Marruecos	Hombre	Deseo de mejora de las condiciones laborales	Empleado en otro sector	Autónomo en Marruecos (mecánico)
7	Marruecos	Hombre	Continuar con su oficio de carpintero	Autónomo (carpintero)	Autónomo en Marruecos (carpintero)
8	Sahara	Hombre	Motivos de salud, mejora de las condiciones laborales y percepción de la oportunidad de negocio	Empleado en otro sector	Ninguna
9	Eslovaquia	Mujer	Traspaso del bar en el que trabajaba	Empleada en el mismo sitio	A través del anterior novio
10	China	Hombre	Deseo de progresar económicamente	Desempleado (amo de casa)	Autónomos en China (dibujante)

Respecto a la situación laboral de las personas entrevistadas en el momento anterior a la puesta en marcha de su negocio, seis de ellas trabajaban como empleados, de las cuales dos estaban empleadas en el mismo establecimiento, una trabajaba en otro establecimiento pero en el mismo sector y los tres restantes en otro establecimiento y sector. Otras dos personas ya llevaban a cabo una actividad lucrativa por cuenta propia: una de ellas en Venezuela y la otra en la CAPV; y las dos restantes se ocupaban de los hijos y las tareas domésticas.

Por último, siete de diez habían creado y regentado un negocio con anterioridad en sus países de origen, dos declaraban tener algún tipo de experiencia indirecta a través de empresas familiares y uno de ellos no tenía ninguna experiencia previa.

4.3. *Estrategias empresariales*

La literatura sobre inmigración y creación de empresas habla de estrategias *étnicas* como medios para hacer frente a las dificultades con las que se encuentran a la hora de acceder al mercado laboral. Se trata de estrategias empresariales entre las que se encuentran las ayudas financieras prestadas por la familia, amigos u otras personas del mismo grupo, la orientación del negocio, la contratación de mano de obra familiar o la auto-explotación.

La mayoría de los establecimientos regentados por las personas entrevistadas son de carácter generalista y no utilizan sus elementos étnico-culturales para comercializar sus productos. Un restaurante vasco-argentino y dos tiendas de comestibles (una africana y la otra china) suponen una excepción a esta tendencia. El origen de la clientela puede estar condicionado por la orientación del negocio. Cuando se trata de negocios que comercializan productos *étnicos*, existen más probabilidades de que la clientela sea del mismo origen y acuda en busca de productos que utilizaba en sus propios países; o también puede que se trate de personas nativas a las que les guste consumir productos que para ellas pueden resultar exóticos (como es el caso de los llamados restaurantes *étnicos*). Puesto que, como ya se ha mencionado, se trata de negocios orientados a un público general, la clientela se compone tanto de personas nativas como extranjeras, incluyendo a los turistas. Por la misma razón, casi todos los proveedores son nacionales, excepto en los casos de las tiendas china y africana, el restaurante vasco-argentino y de una franquicia de comida rápida. En cuanto a la vinculación del emprendedor con el resto de empleados, cuatro de los entrevistados no tenían ningún tipo de vínculo familiar ni de amistad con ellos, otros cuatro tenían algún tipo de parentesco, uno de ellos empleaba a amigos o conocidos, y en el caso de otro, solamente uno de los empleados era pariente suyo.

Tabla 10

Estrategias empresariales

Entrevista	Origen	Género	Orientación negocio (origen del producto)	N.º horas diarias	Fuentes de financiación	Vinculación con empleados	Origen proveedores	Origen clientela
1	Venezuela	Hombre	Generalista	9-11	Crédito bancario	Ninguna	Nativos	Nativos y extranjeros (turistas)
2	Venezuela	Mujer	Generalista	10	Ahorros personales	No tenía	Nativos	Nativos y extranjeros (turistas)
3	Venezuela	Mujer	Generalista	12	Crédito bancario	Ninguna	Extranjeros (franquicia) y Nativos	Nativos y extranjeros
4	Venezuela	Hombre	Generalista	12	Ahorros personales	Pariente (hija)	Nativos	Nativos y extranjeros
5	Argentina	Hombre	Vasco-argentino	13	Crédito bancario	Ninguna (excepto en el caso de un empleado: cuñado)	Nativos y argentinos	Nativos y extranjeros (turistas)
6	Marruecos	Hombre	Generalista	11-13	Ahorros personales	Pariente (esposa)	Nativos	Extranjeros
7	Marruecos	Hombre	Generalista	8	Ahorros personales	Parientes (esposa, hermano y cuñada)	Nativos	Extranjeros y algún nativo
8	Sahara	Hombre	Africano	12	Ahorros personales y ayuda de la Diputación	No tiene	Nativos y extranjeros	Extranjeros y algún nativo
9	Eslovaquia	Mujer	Generalista	10-13	Crédito bancario	Amistad	Nativos	Nativos
10	China	Hombre	Chino	8	Crédito bancario y préstamos de familiares	Parentesco (hijas)	Nativos y extranjeros	Nativos y extranjeros

Respecto a las fuentes de la financiación inicial necesaria para poner en marcha el negocio, cuatro personas declaran haber empleado únicamente sus ahorros personales, otras cuatro solicitaron un crédito bancario para cubrir todos los gastos iniciales, una de ellas se valió de sus propios ahorros más una ayuda de 6.000 € concedido por la Diputación de Gipuzkoa, y la última obtuvo préstamos familiares, además del crédito bancario. Por último, ocho de los diez entrevistados trabajan más de diez horas diarias y los dos restantes tienen una jornada de ocho horas.

En resumen, podríamos concluir que la mayoría de estos negocios emplean algún tipo de estrategias empresariales denominadas como étnicas, como, por ejemplo, trabajar largas jornadas, emplear a familiares y amigos o valerse de préstamos familiares. Sin embargo, cabría preguntarse en qué se diferencian estas estrategias de las seguidas por los pequeños comerciantes autóctonos de la CAPV. Parella (2005) señala que los estudios realizados en este campo han tratado la actividad emprendedora de personas inmigradas y minorías étnicas como si se tratara de un fenómeno anómalo, por el mero hecho de ser empresas creadas por personas de origen extranjero. Aludiendo a Rath y Kloosterman (2000), añade que se han sobre-enfatizado las características etno-culturales de los negocios regentados por inmigrantes y miembros de minorías étnicas. Como resultado de su estudio sobre las estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, manifiesta la conveniencia de utilizar el término *étnico* para referirnos a este tipo de establecimientos, en cuanto las estrategias y los recursos utilizados por los empresarios de origen inmigrante, como, por ejemplo, el uso de las redes transnacionales que permiten la contratación de familiares en el país de origen, diferencian a estos negocios de los regentados por personas nativas.

4.4. *Diferencias percibidas con respecto a los empresarios nativos*

Cuando se les ha preguntado si perciben dificultades añadidas por el hecho de ser de otros países, la mitad de los entrevistados no cree que exista ninguna diferencia respecto a los nativos. Uno de ellos menciona el desconocimiento del mercado y del idioma (refiriéndose al euskera) como las principales dificultades a la hora de gestionar el negocio, pero opina que lo mismo le puede suceder a un nativo. Otros dos entrevistados dicen que no sabrían contestar a esta cuestión puesto que desconocen las dificultades que puedan experimentar los empresarios nativos y uno de ellos resalta el desconocimiento para realizar trámites burocrático-administrativos como uno de los obstáculos más importantes. Las cuatro personas restantes, en cambio, sí perciben que pueden tener dificultades añadidas en comparación a los nativos. Dos de estas perso-

nas habla de la desconfianza de la gente nativa para alquilar el local a un inmigrante, así como su reticencia para entrar en los comercios regentados por éstos. Otro entrevistado, un comerciante chino, destaca el desconocimiento del idioma (en este caso, el castellano) y el desconocimiento que tiene la gente nativa para consumir el producto que se venden (en este caso, productos alimenticios chinos) como las principales diferencias que puede haber con respecto a los nativos. Un comentario repetido ha sido que los alquileres son muy altos y la actitud de la gente un poco cerrada y reticente hacia el extranjero. La experiencia narrada por las personas entrevistadas coincide, en gran medida, con las dificultades citadas por Solé y Parella (2005) en su estudio sobre los negocios étnicos en Cataluña.

4.5. *Consecuencias socioeconómicas de la creación del negocio*

En este último punto se ha pretendido valorar si la tesis del progreso socioeconómico propuesto por Constant y Zimmermann (2004) se cumple en el caso de las personas entrevistadas.

La diversidad de respuestas obtenidas refleja las diferentes experiencias vividas por las personas a las que se ha realizado la entrevista. Cuatro de estas personas afirman haber notado una mejora de su situación económica a partir de la creación del negocio; aunque subrayan que trabajan más horas de las que hacían cuando trabajaban por cuenta ajena. Tres de ellas declaran no haber experimentado ningún tipo de mejora económica ni social y las tres restantes confiesan que han sufrido pérdidas económicas a raíz de la apertura del establecimiento.

Cuando se les ha preguntado si la puesta en marcha del negocio les ha facilitado una mayor interacción con la gente del barrio o entorno en el que operan, todos, excepto uno, han contestado que sus redes sociales no se han visto modificadas, puesto que la relación con los clientes se limita a una relación profesional y a ellos, debido a sus largas jornadas de trabajo, apenas les queda tiempo para salir y realizar otro tipo de actividades. Por último, una persona que se quejaba de estar perdiendo dinero, estaba satisfecha porque su situación anímica había mejorado.

En resumen, las respuestas obtenidas en torno a este tema no parecen confirmar las consecuencias positivas de la creación del negocio en la situación socioeconómica de los emprendedores, sugeridas por Constant y Zimmermman (2004) y Parella (2005). En cambio, apoyarían la tesis de Hjerm (2004), quien cuestiona los beneficios del autoempleo en la integración social de los inmigrantes, debido, en parte, al exceso de horas trabajadas y el limitado tiempo que les queda para participar en otro tipo de actividades sociales.

Algunas conclusiones y reflexiones

En el presente trabajo se ha analizado la actividad empresarial de una muestra de personas inmigradas que operan en el ámbito de la CAPV. Las razones han motivado la realización de este estudio son (i) el creciente número de empresas creadas por personas de origen extranjero en España y, por lo tanto, también en la CAPV, (ii) la importancia que está adquiriendo este campo como resultado de la expansión de la economía denominada como *étnica*, (iii) y el relativamente escaso número de publicaciones existentes en España y, más aún, en la CAPV, debido a la novedad del fenómeno en cuestión.

Partiendo de un análisis del panorama general de la inmigración y la actividad emprendedora de este colectivo en la CAPV, presentado en el primer apartado, el objetivo de este trabajo exploratorio ha sido comparar los hallazgos de la literatura sobre *ethnic entrepreneurship* y los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas. Concretamente, en base a la Teoría de la desventaja, la Teoría de las redes sociales y el modelo de interacción, y tomando como referencia la propuesta de entrevista de Solé y Parella (2005), se han analizado las motivaciones de los emprendedores para emigrar y para crear el negocio, sus estrategias empresariales y las consecuencias socioeconómicas que les ha supuesto la apertura del negocio.

Los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los emprendedores reflejan la existencia de una diversidad de factores que pueden motivar el acto migratorio, comenzando por el deseo de mejora socioeconómica, la inestabilidad política o económica de algunos países, el deseo de conocer otros lugares u otro tipo de razones personales. En prácticamente todos los casos, los futuros emprendedores tenían algún familiar, amigo o conocido, que le facilitó el proceso de búsqueda de alojamiento y trabajo. El deseo de mejorar su situación socioeconómica es el motivo más repetido por los entrevistados cuando se les pregunta por las razones para poner en marcha un negocio. La mayoría de los negocios fueron traspasados y los entrevistados decidieron comprarlos como estrategia de autoempleo. En base a lo expuesto, se podría concluir que tanto la teoría de las redes migratorias como la hipótesis de la desventaja pueden explicar la experiencia migratoria y empresarial de las personas entrevistadas.

En cuanto a los recursos humanos y financieros, y las estrategias empresariales empleadas para emprender y gestionar el negocio, se ha mencionado que la mayoría de estos negocios utilizan algún tipo de estrategias empresariales etiquetadas como *étnicas*, como, por ejemplo, la auto-explotación, la contratación de familiares y amigos, o el uso de préstamos familiares.

Retomando el debate sobre el empleo de esta etiqueta para referirnos a los comercios creados por personas extranjeras o miembros de minorías étnicas, y los recursos y estrategias que utilizan, consideramos que debemos ser cautelosos a la hora de emplear conceptos como *empresariado étnico, enclave étnico, recursos étnicos o estrategias étnicas*, por varias razones. Por un lado, existe el riesgo de estigmatizar la actividad emprendedora de personas de origen extranjero, en base a los rasgos que se citan habitualmente para definirla, y de obviar la diversidad que pueda existir dentro ella. Por el otro, el uso del término *étnico* para referirnos a personas de origen extranjero y miembros de minorías étnicas nos parece impreciso, ya que, puestos a clasificar a las personas en grupo étnicos, toda persona, ya sea *autóctona*, *inmigrante*, miembro de una minoría o mayoría étnica, pertenecería a alguna etnia. Por esta razón, pensamos que se debería matizar el uso de este término añadiendo los conceptos de *minoría*, *extranjer@* o *inmigrante*, según sea el caso.

A pesar de que la mayoría de las personas entrevistadas declaran no haber percibido dificultades añadidas con respectos a los comerciantes nativos a la hora de gestionar su negocio, otros mencionan el desconocimiento del idioma y de los trámites administrativos iniciales, la falta de redes sociales en la sociedad de destino, la desconfianza de la gente nativa para alquilar locales a personas extranjeras, su reticencia a entrar en los comercios regentados por ellos y consumir productos que no conocen, así como los altos precios de los alquileres como los principales obstáculos a los que se tienen que enfrentar. Teniendo en cuenta la mayor mortandad de los negocios creados por personas extranjeras entre los años 1993 y 2003, presentada en el apartado 1, se deduce que los emprendedores inmigrantes deben sufrir algún tipo de dificultad añadida en comparación a los emprendedores nativos.

Por último, la experiencia de la mayoría de las personas entrevistadas no confirma la tesis de la mejora socioeconómica, sino que apoyaría la tesis contraria de Hjerm (2004), quien cuestiona los beneficios del autoempleo en la inserción social de personas de origen extranjero, debido, sobre todo, al poco tiempo que les queda para participar en actividades sociales a causa de sus largas jornadas de trabajo.

Debido a la relativa novedad del fenómeno emprendedor entre personas de origen extranjero en España, este campo no ha sido lo suficientemente estudiado desde todas las disciplinas. Las investigaciones existentes hasta el momento se han llevado a cabo, principalmente, por sociólogos y antropólogos, y se han centrado en el análisis de las motivaciones y las estrategias empresariales del empresariado de origen inmigrante. Sin embargo, son escasos los estudios realizados desde otras disciplinas como la economía, con un tratamiento del objeto de estudio

menos centrado en las características etno-culturales de los emprendedores, y que comparen los resultados obtenidos con experiencias de empresas de características similares regentadas por personas nativas. Futuras investigaciones deberían profundizar en el análisis de iniciativas empresariales emprendidas por inmigrantes en diversos sectores — más allá de la hostelería y el pequeño comercio— , el éxito empresarial de estas iniciativas, así como en su grado de innovación y su potencial de crecimiento, desde una perspectiva multidisciplinar. Asimismo, sería interesante llevar a cabo un análisis de experiencias similares emprendidas por nativos que permitiera valorar los rasgos que diferencian realmente a los negocios calificados como *étnicos* de los creados por los nativos.

Referencias bibliográficas

ALDRICH, H. AND R. WALDINGER (1990) «Ethnicity and Entrepreneurship». *Annual Review of Sociology* 16: 111-35.

BATES, T. (1997) *Race, Self-Employment and Mobility: An Illusive American Dream*. The Woodrow Wilson Center Press, Washington.

BELTRÁN, J. (2000) «La Empresa Familiar. Trabajo, Redes Sociales y Familia en el Colectivo Chino», *Ofrim/Suplementos* 6: 119-153.

BUCKLEY, M. (1998) «Inmigración y Comercio en Madrid: Nuevos Negocios para Nuevas Gentes», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* 18: 283-297.

CONSTANT, E. AND K. F. ZIMMERMANN (2004) «The Making of Entrepreneurs in Germany: Are Native Men and Immigrants Alike?» IZA Discussion Paper Series: Paper N.º 1440.

DARLINGTON, Y. Y SCOTT, D. (2002) *Qualitative Research in Practice: Stories from the Field*. Allen & Unwin, Crows Nest, N.S.W.

FERTALA, N. (2004) «Do Human and Social Capital Investments Influence Survival? A Study of Immigrant Entrepreneurship in Upper Bavaria». Paper presented at the *Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference*, University of Strahcycle, Glasgow.

GARCÍA BALLESTEROS *ET AL*. (2006).

HJERM, M. (2004), «Immigrant entrepreneurship in the Swedish welfare state», *Sociology* 38(4): 739-756.

IRASTORZA, N. AND PEÑA, I. (2006) «Venture Survival of Immigrant versus Local Entrepreneurs in the Basque Country». Paper presented at the *RENT XX: Research in Entrepreneurship and Small Business Conference*, The European Council for Small Business and Entrepreneurship, Brussels.

LIGHT, I. (1972) *Ethnic Enterprise in America*. University of California Press, Berkley y London.

LIGHT, I. (1979) «Disadvantage minorities in self-employment». *International Journal of Comparative Sociology* 20: 31-45.

LIGHT, I. BHACHU, P. Y KARAGEORGIS, S. (1992) «Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship» en I. Light y P. Bhachu (eds.), *Immigration and Entrepreneurship: Culture, Capital and Ethnic Networks*, Transaction, New Brunswick (NJ).

MASSEY, D. S. (1988) «Economic Development and International Migration in Comparative Perspective». *Population and Development Review* 14: 383-413.

OSO, L., VILLARES, M. Y GOLÍAS, M. (2006) *O Colectivo Inmigrante ante o Proceso de Emprendemento*, Santiago de Compostela, Secretaría Xeral de Emigración, Xunta de Galicia.

PARELLA, S. (2005) «Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España», *Política y Cultura* 23: 257-275.

PEÑA, I. E IRASTORZA, N. (2006) «Actividad empresarial de los inmigrantes en la Comunidad Autónoma Vasca» en Santibáñez, R. y Maiztegui, C. (eds.) *Inmigración: Miradas y reflejos. Historias, identidades y claves de intervención social*, Universidad de Deusto, Bilbao.

PORTES, A. Y R.D. MANNING (1986) «The Ethnic Enclave: Theory and Empirical Examples» en Olzak, S. and Nagel, J. (eds.) *Competitive Ethnic Relations*, Academic Press, New York.

PORTES, A. Y L. JENSEN (1989) «What's an Ethnic Enclave? The Case for Conceptual Clarity», *American Sociological Review* 57: 768-771.

RATH, J. (2000) *Immigrant Businesses: An Exploration of their Embeddedness in the Economic, Politico-Institutional and Social Environment*. Macmillan Press, Houndmills, Basingstoke, Hampshire.

RATH, J. (2002) «A quintessential immigrant niche? The non-case of immigrants in the Dutch construction industry», *Entrepreneurship and Regional Development* 14: 335-372.

RATH, J. AND R. KLOOSTERMAN (2000) «Outsiders' Business: A Critical Review of Research on Immigration and Entrepreneurship, *International Migration Review* 34 (3): 657-681.

SOLÉ, C. Y PARELLA, S. (2005) *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Fundació CIDOB, Barcelona.

Agradecimientos

Nuestros más sinceros a agradecimientos a José Luis González Pernía, Xabier González de Durana, SOS Racismo de Donostia y a todas las personas entrevistadas por compartir su tiempo y experiencia.