

Immigració, empenedoria i el suport de la xarxa personal. Empresaris immigrants al Principat d'Andorra¹

Els corrents migratoris i l'adaptació dels immigrants al país d'acollida han estat temes de creixent interès en les darreres dècades per als antropòlegs i sociòlegs del segle XX. Això ens ha dut a poder conèixer, estudiar i aplicar diverses teories i discussions entorn al fenomen migratori, l'acollida als forans per part de la societat d'acollida i l'adaptació dels immigrants en els nous contextos.

Del mateix mode, des de la dècada dels 70 del segle XX, la recerca sobre el fenomen migratori s'ha centrat en el seu vessant més econòmic i s'ha interessat, així, en el mercat laboral i en els negocis creats i desenvolupats per persones immigrants o pertanyents a minories ètniques. Aquest interès sorgeix de la proliferació de les empreses regentades per aquests col·lectius, que ha fet sorgir entre les comunitats investigadores una sèrie d'interrogants referents a les causes i conseqüències que es vinculen al fenomen de l'empresariat immigrant o ètnic (Arjona i Checa, 2006).

Aquesta comunicació, doncs, pretén mostrar l'aplicació d'aquesta temàtica de recerca al context andorrà, el qual ens brinda un context d'alt interès i amb unes grans expectatives de recerca, tant si parlem des de la perspectiva de la immigració com dels empresaris provinents d'aquest col·lectiu. Això és a causa de les seves particularitats legislatives així com de l'alt índex d'immigració establert al país, que supera els percentatges de persones autòctones.

El principal objectiu de la recerca presentada és conèixer el nivell d'integració dels empresaris immigrants establerts al Principat. En primer lloc, i a través de les seves xarxes de contactes personals, s'identificarà quin és l'índex de contactes transnacionals i locals que es troba dins de la xarxa. Del mateix mode, es pretén conèixer quin és el paper d'aquests contactes en la creació i manteniment de dits negocis.



Judith Pampalona i Tarrés,
periodista i antropòloga
Egolab -
Departament
d'Antropologia
Social i Cultural.
Universitat
Autònoma de
Barcelona

Immigrants emprenedors a Andorra i al món

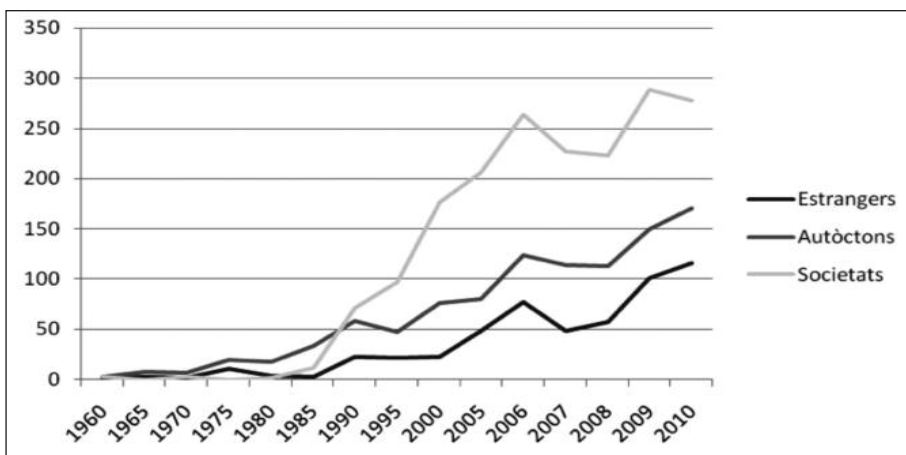
Sovint, s'associen diverses percepcions negatives a tot allò referent a la immigració i a tot tipus d'activitats dutes a terme per aquest col·lectiu, incloses les econòmiques i empresarials. Tot això, és relacionat amb una posició social perifèrica i amb un potencial de creixement escàs, trets preindustrials o, fins i tot, es vincula amb pràctiques il·legals i, per tant, condemnades a l'extinció (Rath i Kloosterman, 2000). Tanmateix, la realitat és molt diferent. Aquest tipus de negocis estan experimentant una expansió i un manteniment molt positiu, fins i tot en temps crítics econòmicament. D'aquest mode, i Andorra sembla que n'és una excepció, totes aquestes percepcions es van fasant, i mostren un mercat cada vegada més gran, variat i emergent que, per tant, ocupa de manera creixent una part, cada vegada més àmplia, de les quotes de mercat establertes en els diferents sectors. Això es corroboraria, a més, complementant sobre el mode en què Solé i Parella (2005) descriuen la situació comercial actual: un sector *en crisi* dins de la població autòctona, que, després de jubilacions i tancaments per baixa rendibilitat dels negocis, es deixen lliures una sèrie de *vacants* que són cobertes, posteriorment, per empreses de persones immigrants.

Altres investigacions realitzades referents a l'empresariat ètnic donen lloc a diversos corrents teòrics diferenciats entre ells i que se centren, sobretot, en les motivacions i les oportunitats de l'immigrant a l'hora d'emprendre un negoci. Sobretot, es coincideix a opinar que el motiu és el desig per abandonar posicions marginals en el mercat de treball (Solé i Parella, 2005). Això s'explica per la transformació de les condicions econòmiques que s'ha sofert en les darreres dècades (competència internacional, nova divisió del treball, etc.), que han facilitat als autòctons l'oportunitat d'accedir a ocupacions més altes, dins de l'escala de prestigi i han conduït els col·lectius immigrants a ocupar posicions marginals dins de l'economia. Segons Waldinger, Aldrich i Ward (1990), alguns i, cada vegada més, han reaccionat davant d'aquesta situació creant els seus propis negocis i han provocat que, els darrers anys, s'estiguin donant processos de mobilitat ascendent en l'escala social. Segons Portes (1981), l'emergència de negocis ètnics no tan sols configura l'expressió de processos d'autonomia laboral, sinó que també constitueix un indicador del grau d'assentament dels col·lectius immigrants en les societats receptores (Portes, 1981).

Dins dels estudis de recerca efectuats al Principat d'Andorra els darrers anys, novament s'observa aquest fenomen. Les persones autòctones del país, les quals s'han negat a realitzar un tipus de feines més desprestigiades socialment, probablement a causa de la gran varietat d'opcions laborals existents al país durant les darreres dècades i per la consegüent facilitat per trobar feina dins del primer segment de l'escala de prestigis laborals, ocupen llocs de treball més elevats dins de l'escala

social (Micó, 2005) enfocats, sobretot, a la política i l'administració pública (Batalla, 2005). Pel que fa als col·lectius immigrants, se centren majoritàriament en sectors més encarats al turisme i als serveis, com el comerç o la construcció, i són aquests mateixos individus els que creen un ampli percentatge dels negocis pertanyents a aquestes àrees laborals (Micó, 2005). Com a resultat d'això, i fidelment a la teoria d'Alejandro Portes (1981), provoca novament l'esmentada mobilitat social ascendent i un grau d'assentament dels nous empresaris més positiu i arrelat.

De fet, la darrera afirmació quedaria reflectida si s'observen i analitzen els gràfics de creació de negocis. En moltes ocasions, els individus pertanyents a aquestes societats immigrants (sobretot la portuguesa, l'espanyola, la francesa i, els darrers anys i cada vegada més, l'índia i la marroquina) emprenen nous negocis al país. De fet, l'any 2010, el 20% de les persones físiques empresàries del país són d'origen immigrant, mentre que el 30% dels que emprenen negocis són autòctons. El 50% restant pertany a societats en les quals no s'especifica la nacionalitat dels que les componen². Aquestes dades descrites són superiors a l'any anterior, seguint la tendència històrica natural de la creació de negocis al Principat des de l'any 1960, tal com es pot observar en el gràfic següent (gràfic 1). Tot i així, se n'observa una disminució els anys 2007 i 2008 (corresponents a l'inici de la crisi econòmica als països veïns) però es recupera de manera immediata els anys posteriors. Pel que fa a les societats, però, sembla que el 2010 tornen a disminuir lleument respecte de l'any anterior.



Gràfic 1. Nombre de negocis creats per estrangers, autòctons i societats dins del Principat d'Andorra. Font: Ministeri de Turisme, Comerç i Indústria del Govern d'Andorra. Elaboració pròpia

L'obtenció de dades: anàlisi de xarxes personals

La metodologia utilitzada per a l'obtenció de dades consta de dues parts: una de qualitativa, que consta d'una entrevista semiestructurada (amb preguntes concretes però de resposta totalment oberta), en la qual s'obtenen dades sobre l'experiència migratòria i empenedora de l'informant; i una segona de quantitativa en la qual, a través d'una entrevista estructurada (amb preguntes tancades, tipus enquesta), s'obté el gràfic de cada xarxa personal tenint en compte diverses variables per a cadascun dels contactes que s'hi esmenten o representen (nacionalitat, residència,

tipus de relació i si ha contribuït o no en el negoci que pertany a cada cas). Evidentment, cadascun d'aquests contactes, així com els casos estudiats, són totalment anònims.

La xarxa personal obtinguda consta de diversos punts o *nodes*. Cadascun d'aquests nodes representa un dels contactes esmentats durant l'entrevista estructurada, també anomenats *alteri*. En aquests nodes es poden representar mitjançant colors, formes i tamanys les característiques o variables assignades a cadascun dels *alteri* o contactes de la xarxa.

Els nodes estan interconnectats mitjançant línies que representen la relació entre cadascun d'ells. Aquestes línies poden representar diferents tipus de relació que, en aquest cas, es diferencien entre relacions o llaços dèbils (aquelles persones amb qui es manté una relació espontània i amb un nivell de confiança baix o molt baix), que solen ser coneguts; llaços simples (relació de cordialitat sense ser persones molt properes però amb qui es manté una relació força contínua), com per exemple companys de feina o contactes de negocis; o llaços forts (persones molt properes), com ara amics o familiars. La persona entrevistada funciona com a eix central de la xarxa, i no sol aparèixer en la representació gràfica perquè s'evidencia que funciona com a intermediari entre tota la resta de contactes que hi apareixen, tècnicament és anomenat *Ego*. A la figura 1 apareix un exemple de gràfic de xarxa personal.

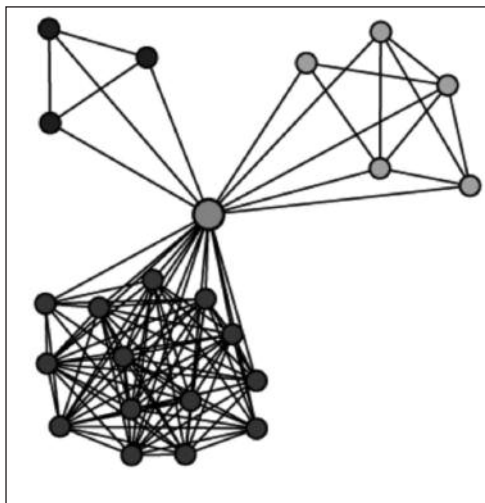


Figura 1. Exemple de xarxa personal. Elaboració pròpia

Solidaritat entre conacionals lluny del país d'origen

Les dades recollides són orientatives per a la continuació d'aquest mateix estudi. Han estat obtingudes durant les fases pilot prèvies a l'estudi, realitzades a vuit persones immigrants, empresàries i establertes al Principat. Les entrevistes pilot es van realitzar a fi de posar a prova la metodologia treballada i per tenir l'opció de fer un sondeig de cadascun dels col·lectius més significatius presents a Andorra. Ha resultat molt interessant tenir l'oportunitat de recollir dades d'individus pertanyents a diferents col·lectius, la qual cosa ha permès donar una imatge general i provinent de diferents situacions i/o experiències. Tanmateix, cal prendre consciència que sempre es tractarà d'uns resultats que, lluny de cercar la representativitat, pretenen donar una imatge orientativa i generalment descriptiva de la situació existent al Principat.

A través dels casos estudiats hom observa que gran part de les ajudes brindades als negocis establerts a Andorra per part de persones immigrants provenen de les xarxes locals. Val a dir que aquest fet no descriu en cap moment el nivell d'integració

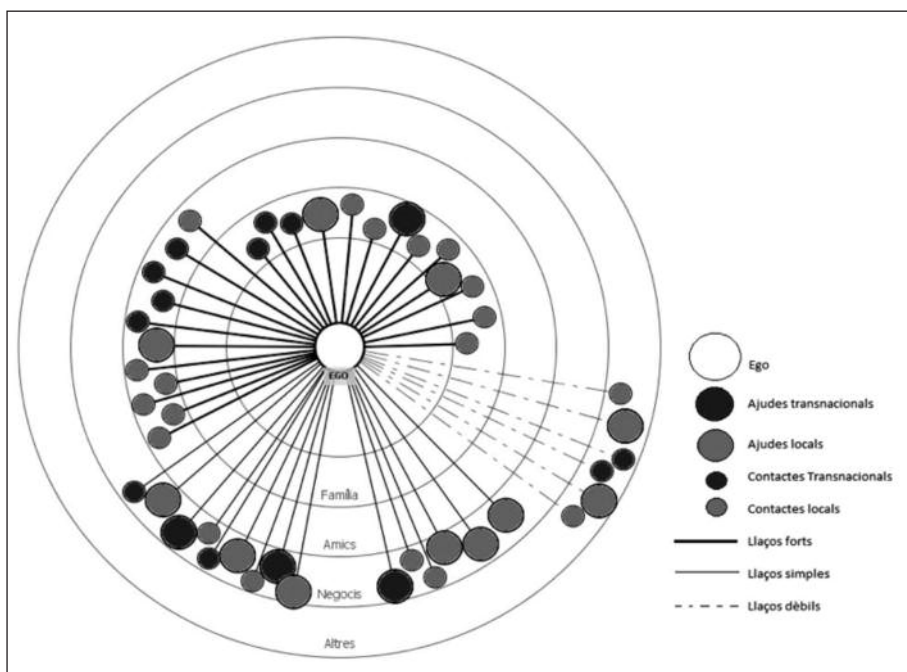


Figura 2. Contactes i ajudes als negocis transnacionals i locals (xarxa general amb percentatges). Font i elaboració pròpies.

de dits empresaris, sinó la provenença del suport que han pogut rebre en la creació i el desenvolupament del seu negoci. Aquests contactes de suport provenen de diferents col·lectius: majoritàriament conacionals, tot i que també hi ha una part de persones pertanyents a altres col·lectius (tant persones andorranes com altres grups immigrants diferents del propi de l'empresari). El que sí que és significatiu, i s'observa en la figura 2, és que la majoria d'aquests ajuts provenen d'antics contactes fets en antics llocs de treball o durant la trajectòria del negoci propi. Aquests contactes professionals, lluny de ser contactes forts, es tracta de persones amb les quals existeix una relació poc propera però que resulta ser totalment estratègica i, per tant clau, pel que fa al manteniment del negoci. Dins dels contactes forts, els familiars més propers també solen representar part important de l'ajut dins del negoci. Aquests solen ser la parella, germans o fills (figura 2).

Segons es pot veure en el mateix gràfic (figura 2), els contactes transnacionals són força freqüents en les xarxes dels entrevistats. Ara bé, aquests contactes no signifiquen suport per al negoci d'un mode rellevant, tan sols en alguns casos en l'àmbit dels contactes familiars i dels negocis. Tanmateix, es remarca el suport al negoci des de l'àmbit local. Probablement això és donat com a conseqüència del llarg període legal que els empresaris immigrants han d'haver estat residint a Andorra abans de crear el seu negoci (deu anys per als provinents de Portugal, Espanya i França, i 20 anys per a la resta). Això ha fet que els contactes locals hagin anat prenent rellevància, sobretot en l'àmbit professional i hagin esdevingut ajudes clau per a la seva activitat emprenedora.

Conclusions

La gran varietat de col·lectius establerts a Andorra, com en altres contextos arreu del món, causa un important índex de segregació provocada per la gran proximitat entre els individus d'una mateixa nacionalitat en l'àmbit de les relacions personals. Naturalment, això ve donat per la cultura i els costums compartits, l'anomenada i coneguda *solidaritat ètnica/compatriota*, el suport emocional que es dóna en el moment inicial del procés migratori, etc. Aquest conjunt de fenòmens fan que els llaços personals i forts entre persones de diferents orígens siguin escassos. Ara bé, en el context estudiat no es pot parlar de permeabilitat dels diferents col·lectius ja que en les xarxes estudiades s'observen clarament un nombre significatiu de llaços de suport que es creen entre persones de diferents nacionalitats i que són formats a partir de l'àmbit professional o del negoci.

S'observa un nivell reduït de transnacionalisme en les xarxes: un 27% del total dels contactes, dels quals, tan sols una petita proporció aporten ajudes per a la creació i el manteniment dels negocis. Els contactes transnacionals representen sobretot contactes familiars, amics i veïns que romanen al país d'origen.

Es parla d'un clar suport al negoci provinent del context local: del 73% dels contactes locals de la xarxa, un 37% donen suport i ajuden en el manteniment i la creació dels negocis. Com s'ha esmentat amb anterioritat, és important tenir en compte que aquest fet no és descriptiu d'un índex d'integració de cap tipus, sinó que parla únicament de suport provinent de diferents col·lectius els individus dels quals resideixen a Andorra en l'actualitat (hagin o no tingut una experiència migratòria amb anterioritat).

La majoria de les ajudes obtingudes provenen d'individus pertanyents a antics o actuals àmbits professionals. Contràriament al que fóra fàcil pensar, el suport al negoci no arriba dels contactes més forts de la xarxa, sinó dels simples i dèbils dels quals poden sorgir oportunitats de suport al negoci o, simplement, ajudes logístiques que impliquen relacions no properes però molt continuades.

El segon grup de suport més important és la família establerta en l'àmbit local. Sol ser la família més propera de l'empresari, la qual cosa és important si tenim en compte que gran part dels negocis que han estat tinguts en compte per a la prova pilot són petits establiments comercials regentats per persones d'un mateix nucli familiar.

Finalment, cal tenir en compte que les dades obtingudes en aquesta part embrionària del projecte són tan sols orientatives. Tanmateix, resulten molt útils per poder encaminar un projecte de recerca molt fructífer en un futur.

Bibliografia

- ARJONA A; CHECA J. C. (2006) "Economía Étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances". *Revista Internacional de Sociología*, 45 (64) pp. 117- 143.
- BATALLA J. (2005) "Evolució de la població andorrana". [en línia] *Àmbits de política i societat*, 31. Pàgina web del Centre de Recerca Sociològica de l'Institut d'Estudis Andorrans. <http://www.iea.ad/cres/publicacions/ambits5.htm>. [consulta, 24 de setembre del 2010].
- BATALLA J. (2005) "Immigració i integració a Andorra". [en línia] *Àmbits de política i societat*, 31. Pàgina web del Centre de Recerca Sociològica de l'Institut d'Estudis Andorrans. <http://www.iea.ad/cres/publicacions/ambits2.htm> [consulta, 24 de setembre del 2010].
- MICÓ J. (2005) "El món laboral a Andorra". [en línia] *Àmbits de política i societat*, 31. Pàgina web del Centre de Recerca Sociològica de l'Institut d'Estudis Andorrans. <http://www.iea.ad/cres/publicacions/ambits3.htm> [consulta, 24 de setembre del 2010].
- PORTES A. (1981) "Modes of structural incorporation and present theories of labour immigration". A: KRITZ M. et al. *Global trends in migration*. Nova York: Center for Migration Studies.
- RATH J & KLOOSTERMAN R. (2000). "Outsider's business. A critical review on immigrant entrepreneurship". *International Migration Review*, 34 (3), 656- 680.
- SOLÉ C; PARELLA S. (2005). *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundación CIDOB.
- WALDINGER R; ALDRICH H. & WARD R. (1990) "Opportunities, Group characteristics, and strategies W. A: WALDINGER R et al. *Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies*. Londres: Sage.

Agraïments

Judith Pampalona i Tarrés agraeix al Govern d'Andorra l'ajut de tercer cicle, ATC008- AND, curs acadèmic 2011- 2012.

NOTES

1- Judith.pampalona@uab.cat

2- Dades lliurades pel ministeri de Turisme, Comerç i Indústria del Govern d'Andorra (2011)