

LOS COMERCIOS DE INMIGRANTES EXTRANJEROS: FUENTES DE INFORMACIÓN Y PAUTAS DE LOCALIZACIÓN. EL CASO DEL DISTRITO MACARENA (SEVILLA)

Belén PEDREGAL MATEOS

Departamento de Geografía Humana, Universidad de Sevilla.

E-mail: bpedregal@us.es

Manuel MENDOZA MUÑOZ

Departamento de Geografía Humana, Universidad de Sevilla.

E-mail: manuelmendozam87@gmail.com

Resumen

Los comercios étnicos constituyen elementos de referencia urbana que parecen evidenciar claramente la presencia de población inmigrante. Entendemos como tales, aquellos locales dedicados a actividades comerciales que cubren mayormente las necesidades de una población extranjera. Su aparición en las ciudades españolas está asociada a la llegada de población inmigrante, aunque no todas las nacionalidades y actividades responden a un mismo patrón de asentamiento.

596

En este trabajo se analizan las pautas de localización de los comercios étnicos en el Distrito Macarena (Sevilla) en relación a las de residencia de las nacionalidades de mayor presencia. Asimismo, se analizan los distintos tipos de actividades en relación con las nacionalidades de los empresarios.

Al mismo tiempo, el trabajo se ha planteado contrastar la calidad y utilidad de distintas fuentes de información para el estudio de las pautas de localización de los comercios étnicos. Especial atención han recibido los nuevos formatos y fuentes de datos disponibles en Internet. Dado que se trata de una información muy dinámica y cambiante, el contraste de la calidad se ha llevado a cabo mediante el trabajo de campo y el uso de las herramientas de georreferenciación disponibles en los smartphome.

Como resultado, se extraen conclusiones sobre la validez de las fuentes utilizadas, sobre las preferencias empresariales según nacionalidad; sobre los patrones de localización de los distintos comercios y nacionalidades y, finalmente, sobre la relación que existe entre los comercios étnicos y la población residente extranjera en el Distrito Macarena.

Palabras claves: comercio étnico; patrones de localización; fuentes de información; Distrito Macarena.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la década de los años noventa, los estudios sobre migraciones internacionales han suscitado un gran interés en las ciencias sociales, entre ellas de los estudios geográficos. Las aportaciones desde la Geografía de la población se han centrado, en una primera etapa, en la descripción cuantitativa y representación cartográfica del fenómeno migratorio en sus distintas escalas, búsqueda de regularidades en las distribuciones, caracterización geográfica y sociodemográfica de los flujos, así como a una aproximación sobre las distintos factores causales y tipos de migraciones. Posteriormente, en los últimos 15-20 años se ha introducido un giro cultural enmarcado en los paradigmas post-positivista y post-estructuralista, apareciendo interpretaciones más matizadas y comprensivas de las migraciones desde enfoques más sociales, culturales y de género, que hacen uso normalmente de los métodos cualitativos (KING, 2012).

En el caso de los estudios sobre concentración y segregación residencial, predominan los trabajos realizados desde lo que Urry denomina ‘el paradigma de la movilidad’ (en King 2012), definiendo estos hechos fundamentalmente a través de cambios y trayectorias residenciales registrados estadísticamente, olvidando en muchos casos la dimensión social y comunitaria de estos movimientos, en palabras de Favell, olvidando que estos movimientos lo realizan “gente real moviéndose en espacios reales” (FAVELL, 2008: 272 en KING, 2012:136).

No cabe duda, que aunar ambas perspectivas es complicado y que se requieren enfoques multidisciplinares para abordar el fenómeno migratorio en sus múltiples dimensiones. En este caso, el fenómeno de la concentración, segregación e integración de los inmigrantes internacionales a escala urbana.

Este trabajo, se enmarca en un proyecto de investigación¹ más amplio que auna la perspectiva de los estudios geográficos sobre distribución espacial y concentración residencial de los inmigrantes internacionales en la escala urbana y la perspectiva de la psicología social a través del constructo de competencia cultural comunitaria.

¹ Competencia Cultural Comunitaria: Profesionales Competentes para Comunidades Diversas (PROCOMDI), Plan Nacional de I + D + I (2011), Ministerio de Ciencia e Innovación, Referencia: PSI2011-25554.

Esta perspectiva propone que el estudio de los procesos de adaptación de los inmigrantes requiere analizar las circunstancias contextuales en las que tiene lugar el contacto entre grupos. Se entiende que es determinante conocer el impacto de las desigualdades de poder y sus manifestaciones como el racismo, la xenofobia y la exclusión social en los contextos urbanos, ya que no debe ser casual que la mayoría de la población inmigrante se asiente en barrios pobres y segregados racialmente. Tener en cuenta estos aspectos permitiría incrementar el conocimiento sobre las migraciones, las condiciones en las que ocurren y afectan a la adaptación mutua entre inmigrantes y comunidad receptora. Por tanto, se requieren perspectivas que consideren a las personas como agentes activos, con capacidad para cuestionar, resistir y transformar los contextos urbanos a lo largo de su propio proceso de aculturación (GARCÍA-RAMÍREZ et al., 2011).

Un indicador eficaz sobre diversidad cultural y sobre las zonas de concentración de población inmigrante en los núcleos urbanos es el grado de implantación de los comercios étnicos. Siguiendo a Bucley Iglesias (1998, en TORRES et al., 2011:25) entendemos como comercio étnico “aquellas actividades comerciales gestionadas por los inmigrantes extranjeros que se dedican a satisfacer unas necesidades directas de esos grupos, ya sean las intrínsecas (alimentación, religión, ocio), ya sean las derivadas de su condición de foráneos (comunicación con su tierra, envío de divisas, asesoramiento jurídico, aprendizaje de la lengua); y las que aparecen como consecuencia de su penetración en algunas ramas de la actividad económica (construcción, venta al por mayor de productos de importación que abastece a la venta ambulante, por ejemplo)”. Ampliando esta definición en su aplicación a este trabajo consideramos de interés incluir aquellos comercios regentados por población extranjera que pueden atender también a la demanda de la población que no lo es, así como también el comercio étnico gestionado por población autóctona que va dirigido a la nueva población extranjera.

En este trabajo se analizan las pautas de localización de los comercios de inmigrantes extranjeros en el Distrito Macarena (Sevilla) en relación a las de residencia de las nacionalidades de mayor presencia. Asimismo, se analizan los distintos tipos de actividades en relación con las nacionalidades de los empresarios.

Al mismo tiempo, el trabajo se ha planteado contrastar la calidad y utilidad de distintas fuentes de información para el estudio de las pautas de localización de estos comercios. Especial atención han recibido los nuevos formatos y fuentes de datos disponibles en Internet. Dado que se trata de una información muy dinámica y cambiante, el contraste de

Este porcentaje fue aumentando progresivamente: de los 5.026 extranjeros en 2000, se duplicó la cifra en tan sólo dos años, alcanzando los 10.390 extranjeros en 2002. Durante 2004-2006 se registra un periodo de máximo crecimiento de unos 10.000 habitantes (se pasa de 16.553 a 25.292 inmigrantes de nacionalidad extranjera) que respondería al anuncio y puesta en marcha del proceso de regularización extraordinaria de 2005 que normalizó la situación administrativa de más de 600.000 inmigrantes en todo el Estado español.

De los once distritos poblacionales que componen la ciudad de Sevilla, el Distrito Macarena es el que alberga la mayor proporción de población extranjera en la ciudad, con un 21% del total de los extranjeros empadronados en la ciudad (8.343 en 2013), representando el 10,8% de la población residente en el Distrito².

3. METODOLOGÍA

El trabajo se plantea como primer objetivo la localización de los distintos comercios étnicos o de inmigrantes extranjeros en el ámbito señalado, a partir de diversas fuentes de uso libre y abierto, con especial interés en la información digital disponible en Internet. El contraste de su calidad se ha llevado a cabo mediante el uso de fuentes alternativas y el trabajo de campo. Tras el análisis de la información disponible con los requisitos anteriormente mencionados, las fuentes finalmente empleadas para el levantamiento de la información incluyen:

- La guía telefónica QDQ de comercios, empresas y profesionales: la guía incluye un índice de las actividades según el servicio que prestan, el nombre de la actividad comercio y su dirección postal. En este caso, el nombre del negocio ha sido utilizado como único indicio sobre la función étnica de la actividad realizada.
- Búsquedas en Google: comenzando con “comercios en Sevilla” como un primer filtro en el que aparecen todas aquellas páginas que contengan información relativa a estas actividades. A partir de éstas debemos ir introduciendo palabras claves que limiten los resultados (“comercio étnico Sevilla”, “comercio inmigrante”, “comercio en Macarena”...) e ir seleccionando las más adecuadas.
- Aplicaciones para Smartphone: se utilizaron las aplicaciones *Google Maps* y *Google Local* que se basan en un callejero digital asociado a una base de datos que permite localizar cualquier dirección de interés, o en el caso de *Local*, cualquier comercio georeferenciado en la localización seleccionada. La aplicación está

² Datos del Padrón de Habitantes consultados en línea en <http://www.sevilla.org/>

diseñada para la búsqueda de cualquier tipo de negocio que se encuentre en las inmediaciones de la posición del smartphone o de un punto a determinar por el usuario. Estas aplicaciones incorporan buscadores para poder introducir la tipología de comercio que nos interese, mostrándonos los resultados posibles. El formato de búsqueda tiene la ventaja de poder exportar los datos obtenidos a capas espaciales (en formatos KML o GPX) compatibles con herramientas SIG.

- Levantamiento y contraste de la información mediante trabajo de campo usando la aplicación *Orux Map* para Smartphones. *OruxMap* es una de las múltiples aplicaciones destinadas a monitorizar actividades al aire libre, permitiendo guardar el recorrido que hemos realizado, hacer el seguimiento de una ruta que no conozcamos, así como la recogida de Waypoints de aquellos lugares de interés personal; en nuestro caso los comercios étnicos, a partir del recorrido por las principales calles del Distrito.

La información levantada a partir de estas fuentes se refiere al año 2012, el trabajo de campo se realizó fundamentalmente en los meses de abril a agosto del mismo año.

Una vez cartografiados los comercios, se ha analizado y valorado el distinto grado de cobertura de cada fuente, así como sus pautas de localización en relación a la población residente, a partir de la información contenida en el Padrón Municipal de habitantes.

601

4. RESULTADOS

4.1. Sobre la calidad y grado de cobertura de las fuentes empleadas

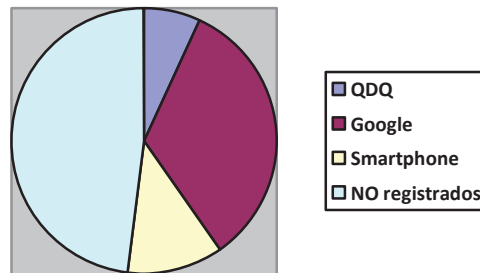
Al contrastar la información proveniente de la guía QDQ respecto al resto de las fuentes empleadas se observa un gran subregistro (7% de cobertura respecto a la base de datos completada con el trabajo de campo), ya que la identificación de los negocios a partir del nombre exclusivamente no es determinante. Al mismo tiempo, algunos de los negocios que a priori parecían destinados a una población inmigrante, al cotejarlos con la realidad se ha comprobado que no respondían a nuestra aproximación de comercios étnicos.

Respecto a la información proveniente de las búsquedas en la Web presentan un aumento cuantitativo en la información (34% de cobertura), acercándose un poco más a la realidad del Distrito y ofreciendo una mayor gama de actividades. Cabe destacar el portal yelp.es. Se trata de un amplio directorio de negocios locales que, al contrastarlos con el trabajo de campo presentan una gran coincidencia en ambas fuentes.

Por su parte, las aplicaciones *Google Maps* y *Google Local* para smartphone muestran aún un grado de desarrollo incipiente, con muy pocos negocios en sus bases de datos (12% de cobertura). Al tratarse de aplicaciones enfocadas para facilitar información sobre

actividades de ocio, nos encontramos fundamentalmente negocios relacionados con la restauración. El punto fuerte de esta fuente de información es la posibilidad de obtener cartografía directa muy fácilmente mediante la obtención de capas espaciales compatibles con un SIG (archivos KML). Por lo tanto debido a la escasez de registros se descartaría como única fuente a utilizar, pero si es recomendable su uso mixto con otro tipo de fuentes.

Figura 2. Grado de cobertura de las fuentes utilizadas, en contraste con el trabajo de campo.



Fuente: elaboración propia

4.2. Tipología de comercio según nacionalidad

La información recogida nos permite realizar diferentes análisis espaciales para profundizar en el contexto del Distrito Macarena y la realidad empresarial que se ha desarrollado con la entrada de esta nueva población. Qué nacionalidad es la predominante a la hora de emprender y qué actividades son las más frecuentes son algunas de las cuestiones que se abordan a continuación.

Las actividades desarrolladas incluyen comercio textil, alimentación, restauración, bazares, locutorios y peluquerías. En los mapas de la figura 3, se aprecia la localización de los comercios según la actividad desarrollada y según la nacionalidad agrupadas en tres grandes conjuntos de nacionalidades: asiática, africana e iberoamericana, atendiendo a los productos comercializados así como a la nacionalidad del comerciante que lo gestiona y sus usuarios finales.

Figura 3. Localización de las actividades comerciales en el Distrito Macarena según tipología y conjunto de nacionalidades.

Actividades comerciales dedicadas a la alimentación en el Distrito Macarena

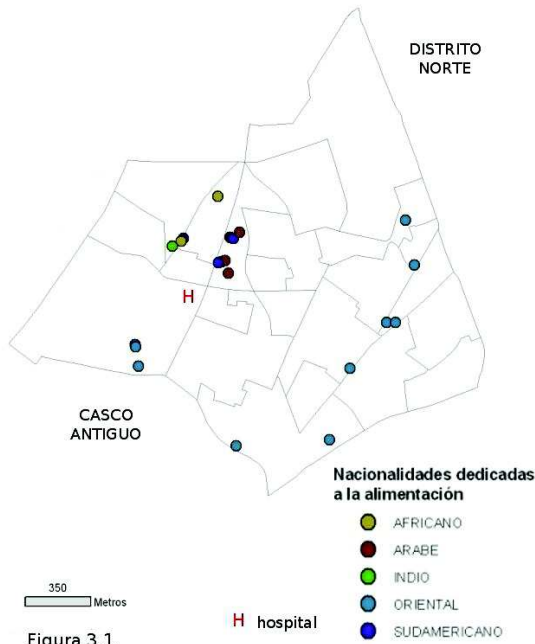


Figura 3.1.

Actividades comerciales dedicadas al bazar en el Distrito Macarena

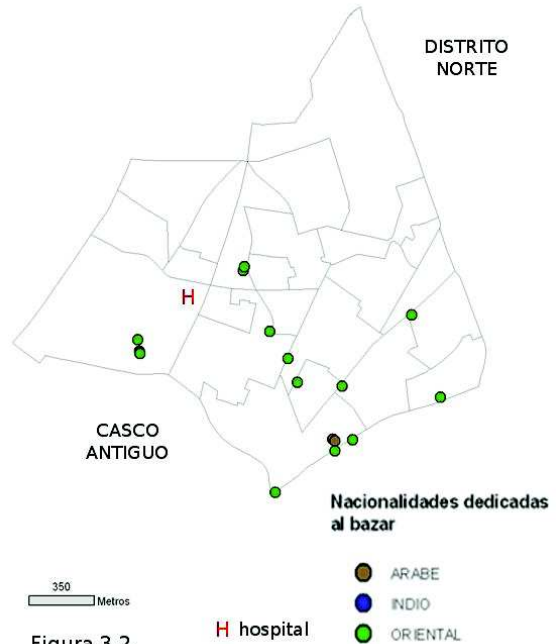


Figura 3.2.

Actividades comerciales dedicadas a locutorios en el Distrito Macarena

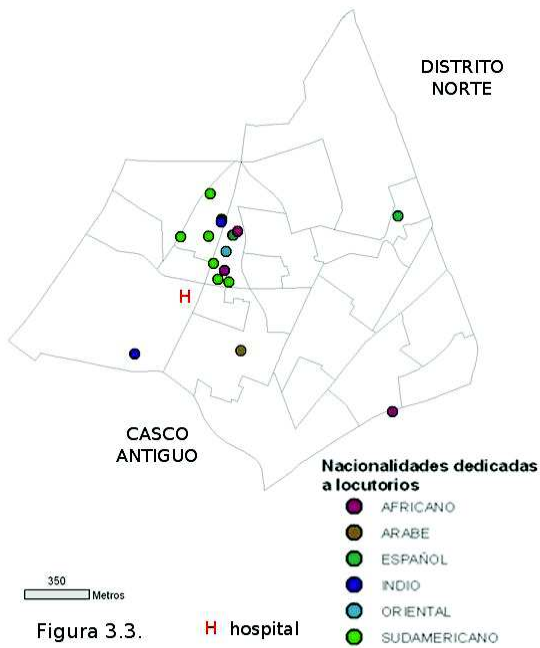


Figura 3.3.

Actividades comerciales dedicadas a peluquerías en el Distrito Macarena

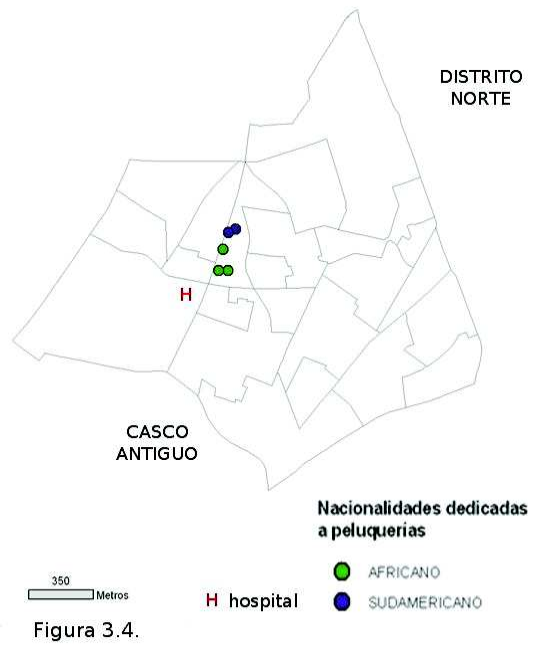
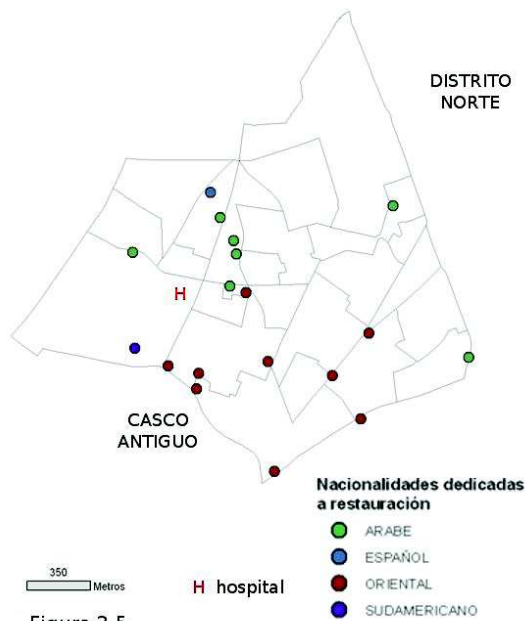
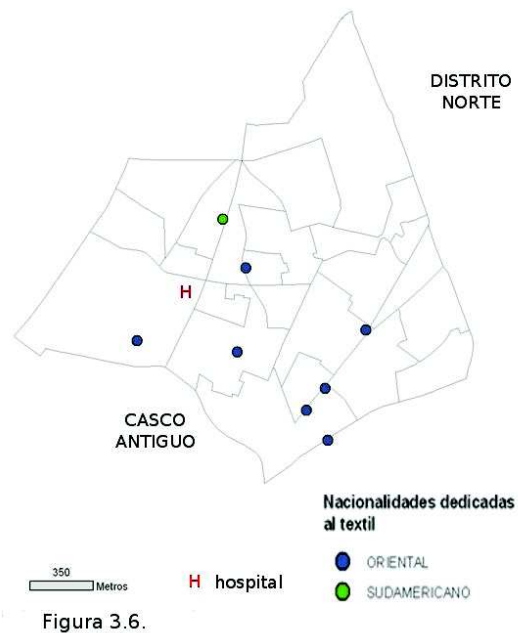


Figura 3.4.

Actividades comerciales dedicadas a restauración en el Distrito Macarena



Actividades comerciales dedicadas al textil en el Distrito Macarena



Fuente: elaboración propia.

604

Los mapas de la figura 3 indican ciertos patrones de asentamiento o estrategia comercial que difieren dependiendo de las nacionalidades detectadas. El trabajo de campo revela que es común en un mismo establecimiento la venta de productos nacionales así como de productos de importación para así abastecer a una clientela mixta. Merece destacar aquellos comercios gestionados por población oriental, ya que son los únicos que no tienden a la concentración, principalmente porque su clientela no es una población específica, sin embargo, sí se observa una especialización de la clientela en el resto de comercios y la participación de autóctonos en este tipo de comercios es más escasa.

Los bazares junto con las tiendas de alimentación son en su mayoría dirigidos por orientales, que normalmente suelen desarrollar la actividad de bazar junto con la venta de productos de alimentación. Estos comercios suelen tener unas grandes dimensiones y en su mayoría, se ubican en las principales avenidas, lugares de mucho tránsito peatonal y por lo tanto privilegiados desde el punto de vista empresarial.

Los locutorios, por su parte, constituyen uno de los mejores indicadores de proximidad de la población inmigrante, ya que es básica la necesidad de comunicación entre el extranjero y su nación de origen. Este tipo de comercio ha sido aprovechado tanto por el empresario español, como por el extranjero. Su mayor concentración se encuentra en los barrios de El Torrejón, El Cerezo y en Las Avenidas (figura 3.3.). En ellos no se desarrollan solo

actividades relacionadas con la comunicación telefónica, también suelen asociar servicios de transacciones bancarias. La concentración observada delata la relación de oferta y demanda que existe con la población extranjera residente, ya que se localizan en los barrios donde ha sido patente el cambio poblacional.

El Torrejón y El Cerezo también acogen cinco peluquerías (figura 3.4.) o centros de belleza que destacan por la estética étnica, siendo la población sudamericana y la africana la que ha explotado esta actividad en el Distrito Macarena e intenta ofrecer los cánones de belleza del país de origen.

En la restauración (figura 3.5.) se ha catalogado los restaurantes de origen árabe u oriental como los más comunes, acogiéndose a dos patrones de comercios sin muchas variaciones, ya sea dentro de los orientales comida china o japonesa y doner kebab en la comida árabe. Esta última tiene cierta concentración en el barrio de El Torrejón, pero los de comida oriental siguen su patrón de dispersión buscando la mayor accesibilidad en sus negocios.

En el campo del textil (Figura 3.6.) existe un marcado monopolio oriental también relacionado con el bazar de artículos de regalo, siguiendo el mismo patrón de localización.

4.3. Relación de la localización de los comercios con la población residente empadronada

605

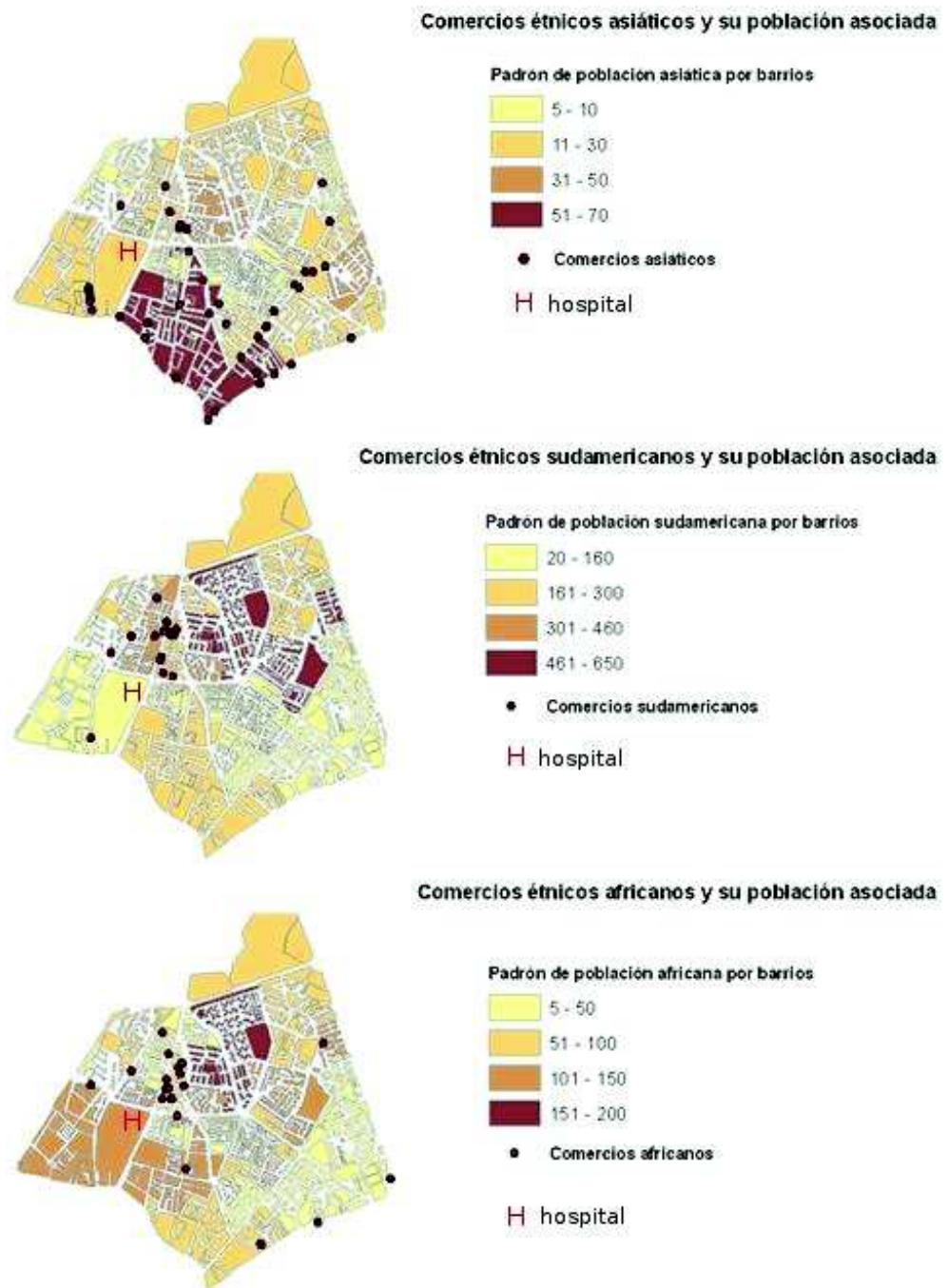
Al analizar la relación de la nacionalidad de la población residente con la localización de las actividades comerciales descritas (figura 4) se comprueban algunas de las ideas adelantadas anteriormente.

La localización de los comercios orientales, que se sitúan fundamentalmente en las principales avenidas del Distrito, no guarda relación alguna con la residencia de la población oriental que gestiona estas actividades, que mayormente se concentra en los barrios más cercanos al centro de la ciudad, con mejores residencias y buenas conexiones con el resto de la ciudad.

Los comercios de origen sudamericano y africano son los que responden más claramente a una tendencia a la concentración y búsqueda de la cercanía a la población demandante de sus productos. Barrios como el Torrejón y el Cerezo acumulan población inmigrante que están en directa relación con los comercios étnicos y son en ocasiones lugares de reunión para compatriotas donde comparten experiencias y forjan una comunidad, pero también es reseñable la distribución de esta nueva población en barrios más humildes dentro del distrito Macarena, como Hermandades, La Carrasca, Polígono Norte y Begoña-Santa Catalina.

Cabría separar a la población marroquí dentro del grupo de africanos, ya que es una comunidad que lleva muchos años en España y que se distribuye sin formar núcleos de concentración con sus conciudadanos. Como se puede observar en la figura 4 sus comercios tampoco responden a un patrón de concentración, siendo parecida a la de los negocios orientales.

Figura 4. Localización de las actividades comerciales en el Distrito Macarena según la población empadronada residente.



680 Metros

Fuente: elaboración propia a partir del trabajo de campo y Padrón municipal de habitantes (2012).

5. CONCLUSIONES

La metodología empleada ha permitido el análisis y caracterización de los distintos tipos de actividades comerciales dedicadas o regentadas por población inmigrante extranjera en el Distrito Macarena. La creación de la base de datos de partida ha sido laboriosa, en parte por encontrarse la información fragmentada entre distintas fuentes y, en parte, por no disponer de toda la información necesaria para su clasificación atendiendo a los objetivos de este trabajo. Es por ello que el recorrido de campo ha resultado esencial, recogándose por este medio un 49% más de los registros contenidos en la base de datos de partida. La observación directa de los negocios ha sido fundamental, además, en el proceso de selección y clasificación.

Respecto a las pautas de localización del comercio en relación con la población residente se ha comprobado la estrecha relación de cercanía que guardan los comercios de origen sudamericano y africano (subsahariano) con la población residente del mismo origen. Por su parte, los comercios regentados por la población oriental y marroquí responden a un patrón más disperso en el Distrito, buscando la mayor accesibilidad de los negocios.

608

BIBLIOGRAFÍA

ARAMBURU, M. (2002): “Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del ‘inmigrante’ como categoría social”, *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona, vol. VI, núm. 108, www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm

BUCLEY IGLESIAS, M. (1998): “Inmigración y comercio en Madrid. Nuevos negocios para nuevas gentes”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 283-297.

GARCIA-RAMIREZ, M., DE LA MATA, M., PALOMA, V., & HERNANDEZ-PLAZA, S. (2011): “A liberation psychology approach to acculturative integration of migrant populations”, *American Journal of Community Psychology*, 47, pp. 86–97.

IECA (2014): Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (disponible en línea).

KING, R. (2012): “Geography and Migration Studies: Retrospect and Prospect,” *Population, Space and Place*, 18, pp. 134–153.

SOLÉ, C. et al. (2007): *El Empresario inmigrante en España*. Fundación La Caixa. Colección estudios sociales, num. 21.

TORRES, F. J., et, al (2011): El Distrito Macarena de Sevilla, migraciones recientes y transformaciones urbanas y sociales. Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias, Junta de Andalucía.