

# Los gestores del proceso de inmigración. Actores y redes de actores en España y Europa

Otros actores.

Las asociaciones de comerciantes como actores para la convivencia:  
el caso de Ciutat Vella (Barcelona).

Pau Serra del Pozo

# LAS ASOCIACIONES DE COMERCIANTES COMO ACTORES PARA LA CONVIVENCIA: EL CASO DE CIUTAT VELLA (BARCELONA)

---

**Pau Serra del Pozo**

*Profesor titular habilitado de Geografía Humana,  
Universitat Internacional de Catalunya  
pserra@cir.uic.es*

## RESUMEN

La presencia de negocios étnicos<sup>1</sup> parece tener un significado ambiguo dentro de los discursos sobre "integración de los inmigrantes" en la sociedad de acogida catalana. Por una parte, hay quien piensa que la reciente implantación de actividades empresariales de los inmigrantes supone una buena noticia: esos negocios, en muchas ocasiones pequeños comercios, suponen una revitalización para barrios que antes de la llegada de los inmigrantes mostraban síntomas de degradación urbanística y comercial y de recesión demográfica. Por otro lado, son comunes, especialmente en algunos medios de comunicación y en ciertos círculos políticos, expresiones que califican estos barrios como "guetos residenciales" o, más recientemente, como "guetos comerciales". La polémica social generada en ocasiones en torno a la implantación de templos de culto no católicos alimenta aún más la visión alarmista respecto a los barrios de inmigrantes en las ciudades, sobre todo en las grandes y en las medianas. Al margen de estos debates estamos asistiendo al incipiente fenómeno de la participación de comerciantes inmigrantes en las asociaciones de comerciantes locales. Su incorporación se produce incluso en las juntas directivas de esas asociaciones. Estos comerciantes inmigrantes que participan de una vida asociativa local constituyen potencialmente valiosos interlocutores para la convivencia funcional de los comerciantes autóctonos y étnicos. En este trabajo se valoran varios aspectos: en primer lugar, la participación de los comerciantes empresarios de origen extranjero en las asociaciones locales del distrito de Ciutat Vella de Barcelona; y, en segundo lugar, la visión que algunos miembros directivos de las asociaciones de comerciantes locales (de calle o de barrio) tienen de los emprendedores inmigrantes (participen o no estos últimos en las asociaciones de comerciantes). Estas opiniones, necesariamente subjetivas, que no recogen la visión "oficial" de la asociación sino la de uno de sus miembros de la junta directiva, se han obtenido a través de encuestas a una treintena de asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. De alguna manera los comerciantes expresan el "sentimiento" del barrio, sus opiniones nos sirven para conocer cómo es la convivencia funcional entre los comerciantes autóctonos y los inmigrantes. No cabe duda que la convivencia entre las dos "comunidades", locales e inmigrados, es hoy en día uno de los aspectos que más preocupa a la Administración pública y a los medios de comunicación.

1. Sobre el concepto de "negocio étnico", véase Beltrán *et al.* (2007), Light y Gold (2000), Solé y Parellas (2005) y Solé *et al.* (2007), entre otros.

## La crisis del pequeño comercio en los barrios y el debate entre la *guetización* y la revitalización con la llegada de los negocios étnicos

2. Ferrer Regales (2006) las denomina "microcentralidades" y "centralidades extracomunitarias". Messamba y Toubon (1990, citados por Torres Pérez, 2006), las llaman "centralidad inmigrante".
3. Aramburu (2000) trata sobre el concepto del gueto en su tesis.

Es conocida la crisis que afectó al pequeño comercio en las ciudades españolas desde los años setenta del siglo pasado hasta principios de los años 2000, tanto en Barcelona (Carreras i Verdaguer, 1999 y 2003) como Valencia (Torres Pérez, 2006) y otras ciudades. La crisis del comercio no llegaba sola, era la época de la crisis metropolitana, de la huida de los centros urbanos degradados hacia la periferia (la *counterurbanization*).

Una nueva etapa se instala en las grandes ciudades en España con la llegada de la inmigración extranjera desde la segunda mitad de los años noventa. Uno de los efectos de esa intensa y rápida inmigración extranjera ha sido y es la implantación numerosa de nuevos negocios regentados por inmigrantes, en la mayoría de los casos pequeños comercios de proximidad, especialmente en los centros históricos.

Los autores suelen insistir en los efectos de revitalización (en la línea de Andrew Karmen y Light y Gold, 2000) y de creación de "nuevas" o de "otras centralidades"<sup>2</sup> con los negocios étnicos (Light y Gold, 2000: 41 y 98), al mismo tiempo que en ocasiones determinados sectores políticos, vecinales o de la opinión pública, etc., les atribuyen connotaciones más negativas como "geetos" (Light y Gold, 2000: 41). De todos modos, no es objeto de este trabajo discutir sobre el concepto de gueto<sup>3</sup>, sino más bien tratar de estimar la integración del "comercio étnico" en el "comercio general", la convivencia funcional entre comerciantes autóctonos e inmigrantes así como tratar de conocer la valoración de las asociaciones de comerciantes respecto al comercio étnico.

## El papel de las asociaciones de comerciantes en la revitalización del comercio y de los barrios

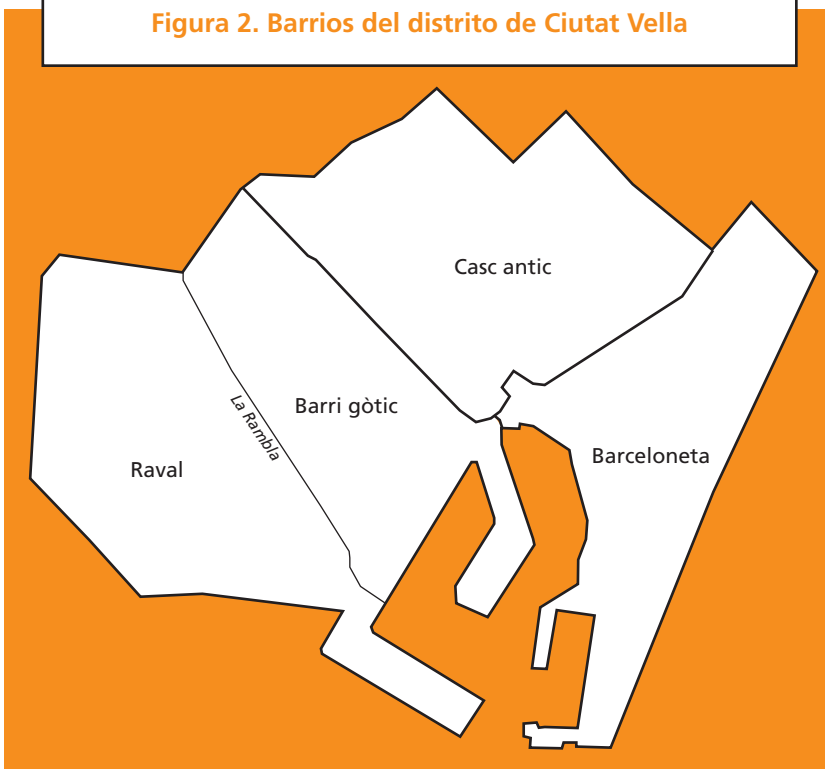
Las asociaciones de comerciantes pueden jugar un papel importante en la revitalización integral (económica, social y urbanística) de los centros urbanos (Charterina y Zorrilla, 2004: 4). De todos modos, no siempre las asociaciones de comerciantes han sido capaces de responder a la crisis del pequeño comercio. Más bien nos parece en ocasiones, tras los contactos que hemos mantenido con estas entidades en Ciutat Vella (véase los límites del distrito, los barrios que incluye y los nombres de las calles principales en las figuras 1, 2 y 3), que las asociaciones, más que adelantarse a los problemas, van a remolque de los acontecimientos, como ahora es la implantación rápida y numerosa de nuevos negocios regentados por inmigrantes. Algunas asociaciones no reflejan la nueva situación en su composición de socios y de miembros de la junta directiva. En consecuencia, tampoco muestran una gran vitalidad sino más bien síntomas de cansancio, dificultades para sacar adelante iniciativas de modernización del comercio, para captar nuevos socios, etc.

**Figura 1. El distrito de Ciutat Vella, en el centro de la imagen, con los límites en color. La ortofoto está orientada al norte**



Fuente: [www.diba.es](http://www.diba.es).

**Figura 2. Barrios del distrito de Ciutat Vella**



Elaboración propia



(antes los turistas se dirigían más al interior del barrio, ahora lo hacen más al perímetro<sup>5</sup>), y aún más en el periodo postolímpico.

Las actuales asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella son en cierto modo herederas de los gremios medievales de profesionales y artesanos que se concentraban y organizaban en calles, como muestran numerosos nombres de calles: *carders*, *corders*, *boters*, *flassaders*, etc. Hoy en día, sin embargo, el asociacionismo en Ciutat Vella no es gremial sino más bien zonal y diverso en cuanto a las tipologías de negocios de comercios. En algún caso aparece una cierta estructura gremial, como la asociación de la hostelería de la Ribera, en el Casc Antic.

5. Conversación con Piero Ferrari, presidente de la asociación de comerciantes de la Barceloneta.

La llegada de los comercios étnicos no ha producido en Ciutat Vella un cambio del modelo de asociacionismo, es decir, no se han creado nuevas asociaciones étnico-comerciales o étnico-profesionales de pequeña extensión geográfica, la de la calle o la del barrio. De todos modos, en 2005 se detectó que existía en el Raval sólo un 15% de asociacionismo. Convenía cambiar esquemas de hacía 25 años. En este sentido, el comercio de los inmigrantes ha actuado, sin proponérselo, como revulsivo. El proceso de mediación iniciado por el Ayuntamiento en la calle Sant Pau, y también en otras zonas fuera de Ciutat Vella, como el Poble Sec, está resultando esperanzador (Cegrí et al., 2006). De hecho, la entrada de comerciantes inmigrantes en las asociaciones de comerciantes es reciente (Solà-Morales, 2006: 122-3; Serra, 2006; "20 minutos").

En Estados Unidos se encuentran modelos de asociacionismo comercial diferentes. Existen ejemplos de asociaciones étnicas locales o de barrio de comerciantes o de emprendedores, como la *Vietnamese Merchants Association* o la *Dorchester Board of Trade*, en el barrio de Fields Corner en Boston. En ese barrio no fue posible atraer a los emprendedores de origen vietnamita a las asociaciones tradicionales (poco activas, por cierto), en parte porque los asiáticos tenían el orgullo de ser los negociantes pioneros en un barrio que habían encontrado degradado y que ellos mismos habían contribuido a mejorar y a convertir en "enclave étnico" (*Little Saigon*). El sentimiento de "propiedad" del barrio de los vietnamitas es real (de hecho, sus asociaciones étnico-profesionales tuvieron mucho que ver en la mejora del comercio coétnico y en la atracción de demanda no necesariamente coétnica), aunque su aislamiento no es tanto una muestra de falta de integración o de falta de conocimiento de las estructuras asociativas tradicionales, sino que reclama un cambio en esas mismas estructuras, sobre todo a partir del diálogo entre unas y otras asociaciones, las étnicas y las tradicionales (Borges-Méndez et al., 2005: 33-36). Los comerciantes latinos del barrio de East Boston han tenido la sensación, similar tal vez a la de los comerciantes inmigrantes de Fields Corner, de que era inútil estar asociado a la cámara de comercio del barrio (con mayoría hasta entonces de residentes de origen irlandés e italiano), de que los latinos no iban a obtener ninguna ventaja, así que algunos comerciantes latinos del barrio, sobre todo de El Salvador, formaron la Salvadorian Chamber of Commerce of New England entre 2004 y 2005 (Borges-Méndez et al., 2005: 50).

Los párrafos anteriores muestran el ejemplo de algunas asociaciones étnicas locales de comerciantes en Boston. Sin embargo, no parece que exista hasta la fecha en Ciutat Vella ninguna asociación étnica de comerciantes o de emprendedores. Aramburu (2000: 130) reconoce

que los pakistaníes, pese a la imagen de unidad o de *comunidad* que ofrecen o que les atribuyen los autóctonos, es tal vez “el colectivo más fragmentado” en Ciutat Vella. La mezquita Idara Minhaj ul-Quram es prácticamente el único ejemplo (año 2000) de iniciativa común, pero en este caso de carácter religioso, no profesional, además del nuevo centro cultural y religioso que han estrenado en 2007.

6. *Noticario de la CCC*. No. 56 (25.05.2007). P. 2.

Los emprendedores chinos en Catalunya no parecen haber optado por la integración en las asociaciones de comerciantes locales (de calle): hemos podido comprobar que en ninguna de las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella existe ningún miembro de la junta directiva que sea chino. Aún así, tampoco los chinos, como los pakistaníes u otros grupos de emprendedores extranjeros, parecen integrarse coétnicamente de manera horizontal y local al mismo tiempo. En cambio, los empresarios chinos en Catalunya apuestan por la unión coétnica no local en lo que se denomina la Unió d'Associacions Xineses a Catalunya, que incluye 18 asociaciones chinas y unas 4.000 empresas chinas, de las cuales 2.500 corresponden a Barcelona. Las empresas chinas incluyen tanto restaurantes como bazares, tiendas de ropa y de calzado, así como peluquerías, agencias de viaje, inmobiliarias, etc. (*Avui*, 14.04.2007). En 2007 esta entidad se incorporó a la organización empresarial (patronal) catalana Pimec Comerç (Petita i Mitjana Empresa de Catalunya), hecho que ha desagradado a otras entidades del sector comercial como la Confederació del Comerç de Catalunya (CCC), de hecho *rival* de Pimec. Su secretario general manifestaba a *El Periódico* (16.05.2007) de manera expresiva que el comercio en Catalunya es simplemente “‘comercio catalán’, no *chino* ni *católico* ni *masculino*, sino simplemente ‘comercio’”. El presidente de la CCC, tras valorar positivamente la inmigración como “savia nueva” para el comercio, destaca que no es “buen método aceptar organizaciones patronales de signo étnico, religioso, lingüístico, etc.”<sup>6</sup>. Por su parte, Pimec justifica la incorporación de la Unió d'Associacions Xineses a Catalunya porque a partir de ahora será posible la interlocución para resolver los problemas de competencia desleal de los que se acusa a los comerciantes chinos, en especial respecto al incumplimiento de la normativa de horarios.

### Los ejes comerciales y las asociaciones de comerciantes en Barcelona y en el distrito de Ciutat Vella

La estructura actual de asociaciones de comerciantes de las calles en Ciutat Vella resulta excesivamente atomizada o fragmentada. Con frecuencia las asociaciones concentran a los pocos comercios, una o dos docenas, que existe en una calle más o menos corta del trazado medieval. Para superar esta atomización, generalizable en parte al resto de la ciudad, el Ayuntamiento de Barcelona ha promovido la creación de “eixos comercials” (“ejes comerciales”), los cuales constituyen en realidad federaciones de asociaciones de comerciantes en la mayoría de los casos. Según el propio Ayuntamiento de Barcelona (2006: 13-15) los ejes comerciales constituyen un paso más tras la creación de las asociaciones tradicionales de comerciantes que aparecieron en los años ochenta en la ciudad, sucesoras “territorializadas” de las anteriores asociaciones o uniones de comerciantes gremiales o sectoriales. La dispersión de los actuales ejes comerciales se explica por el crecimiento urbanístico de la ciudad central, Barcelona, que se anexó antiguas localidades del *pla* de Barcelona (Sarrià, Gràcia, Sant Andreu, etc.), cada una de ellas con su característica zona comercial que se ha mantenido a lo largo de las décadas, además del centro comercial de la Barcelona medieval y de los centros comerciales de barrios nuevos (como Nou Barris o el passeig Maragall).



“El eje comercial se puede definir como una concentración natural de comercio, territorialmente localizada, con una oferta comercial continuada, plural y competitiva, en la cual ha habido una sensibilización de los comerciantes por asociarse y potenciar su eje, mediante la profesionalización de la promoción, que permitiese iniciar campañas específicas de captación y fidelización de sus clientes, constituyendo auténticos centros comerciales a cielo abierto” (Ayuntamiento de Barcelona, 2006: 15).

Las federaciones y las asociaciones son, en cualquier caso, iniciativas no públicas, que proceden del fenómeno asociativo de los comerciantes locales o de barrio. El Ayuntamiento les da soporte, aunque no siempre se produce una sintonía perfecta entre las asociaciones y federaciones y la corporación municipal. Un caso que se resolvió favorablemente para el Ayuntamiento de Barcelona (2006: 13) fue el de la inicial oposición del *eix* Barna Centre a la peatonalización propuesta por el Ayuntamiento de la zona del Portal de l'Àngel en el Barri Gòtic. La asociación rectificó más adelante al comprobar los beneficios de la peatonalización. Las asociaciones o las federaciones de hecho pueden ejercer en ocasiones como contrapeso “político” del Ayuntamiento (Aramburu, 2000).

Las federaciones o *eixos comercials* en Barcelona (figuras 4 y 5) son 19 en 2007, aunque 6 *entorns comercials* (entornos comerciales) más son considerados *eixos comercials* potenciales, algunos en estado más avanzado que otros.

En las entrevistas con las asociaciones de comerciantes, nuestros interlocutores han insistido en la escasez de recursos de las asociaciones de calle y en la necesidad de profesionalizar las estructuras asociativas de segundo orden, las de los *eixos*.

El comercio tiene un papel clave en la revitalización de centros históricos. Consciente de esta realidad, en 2007 la Fundación Tot Raval ha realizado el “Estudi econòmic i comercial del Raval”, todavía no publicado en el momento de redactarse este artículo. Tot Raval ha realizado unas 1.000 encuestas a clientes de comercios, ha llevado a cabo un análisis de la oferta por calles de los 924 comercios del Raval con una encuesta exhaustiva, con datos como el año de inicio de la actividad, la clientela, los idiomas que hablan los comerciantes, la accesibilidad, la edad, el país de origen, los horarios, etc. Un 90% de los comercios del Raval han accedido a responder a la encuesta. En algunos casos los entrevistadores han debido recurrir a intermediarios para vencer la posible desconfianza de los comerciantes para responder a las preguntas. Esta información servirá para llevar a cabo el plan de acogida de los comerciantes inmigrantes que se ha redactado entre la Fundació Tot Raval, el Pla Integral del Casc Antic y los ejes comerciales o federaciones del Raval y el Barcelona de Palau a Palau.

“Un primer obstáculo para llevar a cabo este trabajo con las entidades es la misma situación del movimiento asociativo, actualmente muy debilitado y en algunos casos con unas juntas envejecidas y una falta de renovación de cargos dentro de la unidad. En cuanto a las asociaciones de comerciantes concretamente, algunos de los entrevistados comentan que, a veces, tienen una actitud muy reticente con los extranjeros y, por otro lado, muestran una gran desconfianza hacia el Ayuntamiento. Además, a menudo cuesta que se reconozca la aportación que han hecho los comerciantes extranjeros para la revitalización del barrio”.



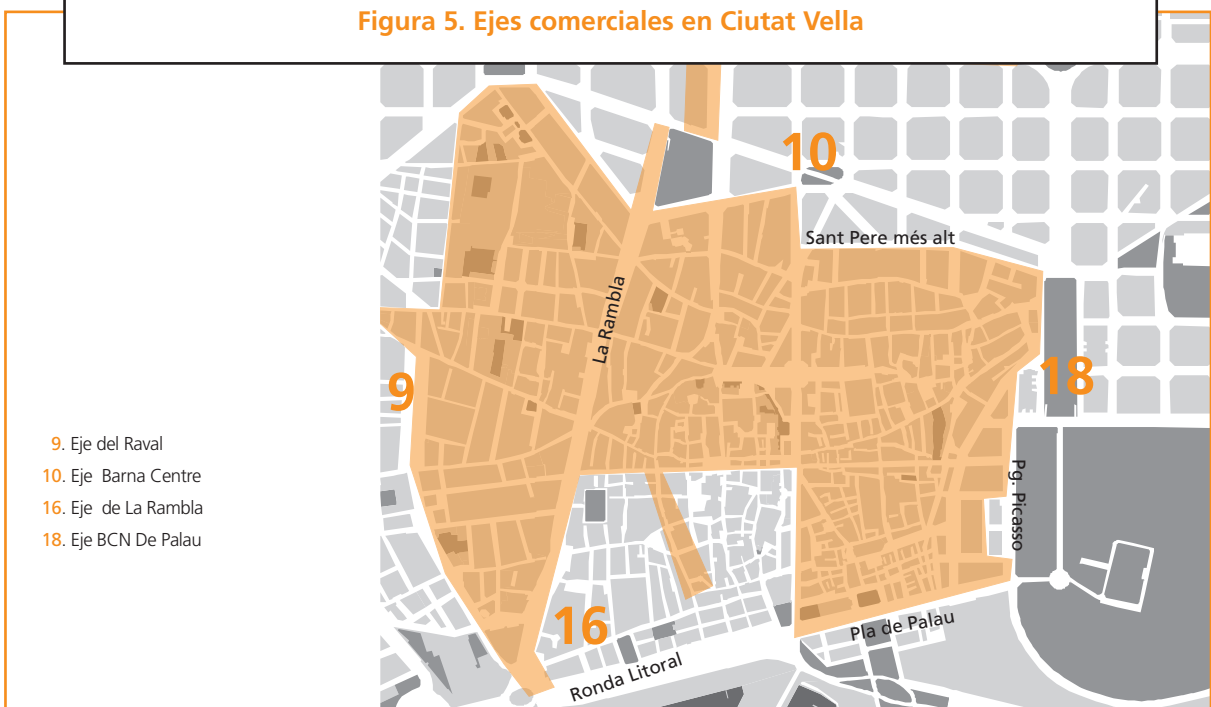
**Figura 4. Mapa de Barcelona con los ejes y entornos comerciales**



1. Passeig de Gràcia, 2. Rambla de Catalunya, 3. Gran de Gràcia, 4. Poble Nou, 5. El Cor d'Horta, 6. Sants - Creu Coberta, 7. Sarrà, 8. Sant Gervasi, 9. Raval, 10. Barna Centre, 11. Nou Bulevards Centre Comercial, 12. GraciNova, 13. Cor Eixample, 14. Maragall Zona Comercial, 15. L'Eix de Sant Andreu, 16. La Rambla, 17. Sant Antoni Centre Comercial, 18. BCN De Palau

Fuente: [www.bcn.es/comerc](http://www.bcn.es/comerc). Elaboración propia

**Figura 5. Ejes comerciales en Ciutat Vella**



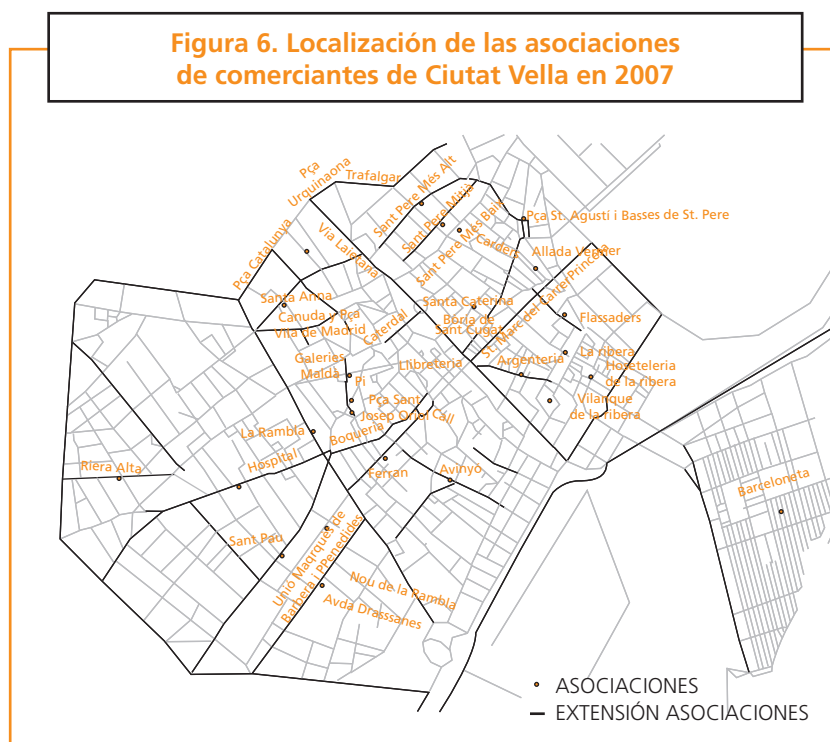
- 9. Eje del Raval
- 10. Eje Barna Centre
- 16. Eje de La Rambla
- 18. Eje BCN De Palau

Fuente: [www.bcn.es/comerc](http://www.bcn.es/comerc). Elaboración propia.

“Desde la entidad Desenvolupament Comunitari (Desarrollo Comunitario) se llevaron a cabo tres procesos de mediación con comerciantes en tres zonas de Barcelona: la calle Sant Pau, la calle Hospital y en el barrio de Poble Sec (calles Roser, Blai y Poeta Cabanyes)”.

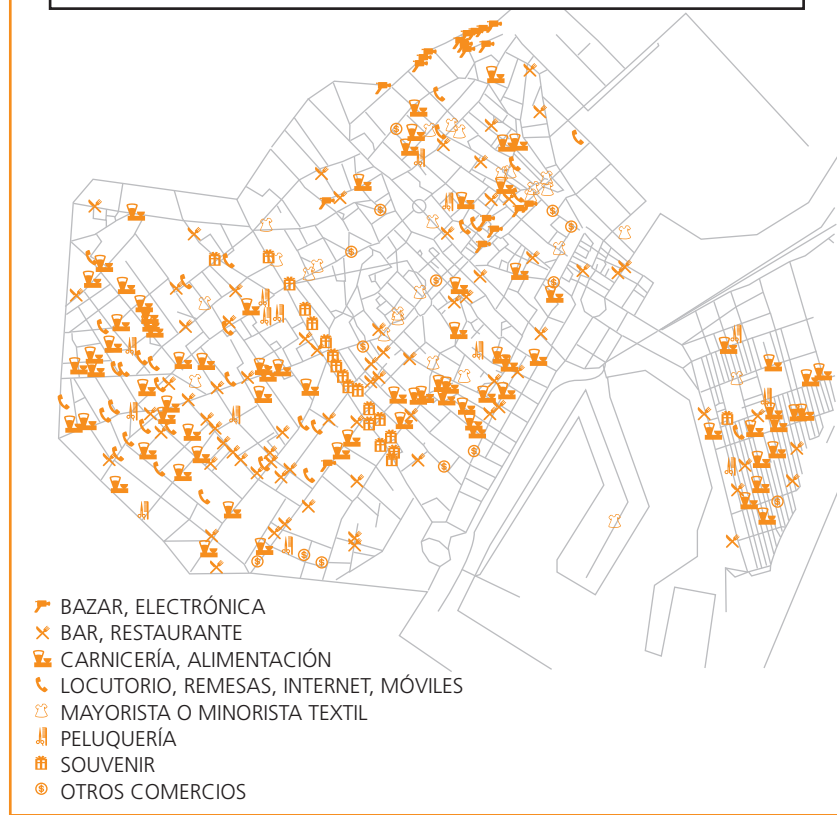
“Algunas de las entidades entrevistadas, como la Fundació Tot Raval (FTR), trabajan con el comercio como elemento dinamizador del entorno, con el objetivo de potenciar un desarrollo económico que facilite la promoción del barrio. La FTR trabaja en tres ámbitos –económico, cultural y social– a través de proyectos transversales con la implicación de los diferentes agentes del territorio. Para potenciar los ejes comerciales han hecho intervenciones comunitarias de calle con la participación de los tenderos, que han tenido una incidencia directa sobre el barrio (fiestas, ferias, etc.). También se ha hecho un trabajo directo con los comerciantes, autóctonos y extranjeros, para cambiar la fisonomía de las tiendas a través de un convenio con la Cámara de Comercio y la Fundación Un Sol Món (estos acuerdos han permitido, por ejemplo, mejorar los puntos de venta a través de la concesión de microcréditos)”. (Solà-Morales, 2006: 123-5)

El mapa siguiente (figura 6) muestra la localización de las asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. No todas mantienen una estructura de calle, sino que algunas contienen todo un barrio (La Barceloneta) o en parte (asociaciones de la Ribera). Por otro lado, algunas asociaciones que en otros tiempos han funcionado, en 2007 están en periodo de reconstitución (Ponent y Tallers en el barrio del Raval).



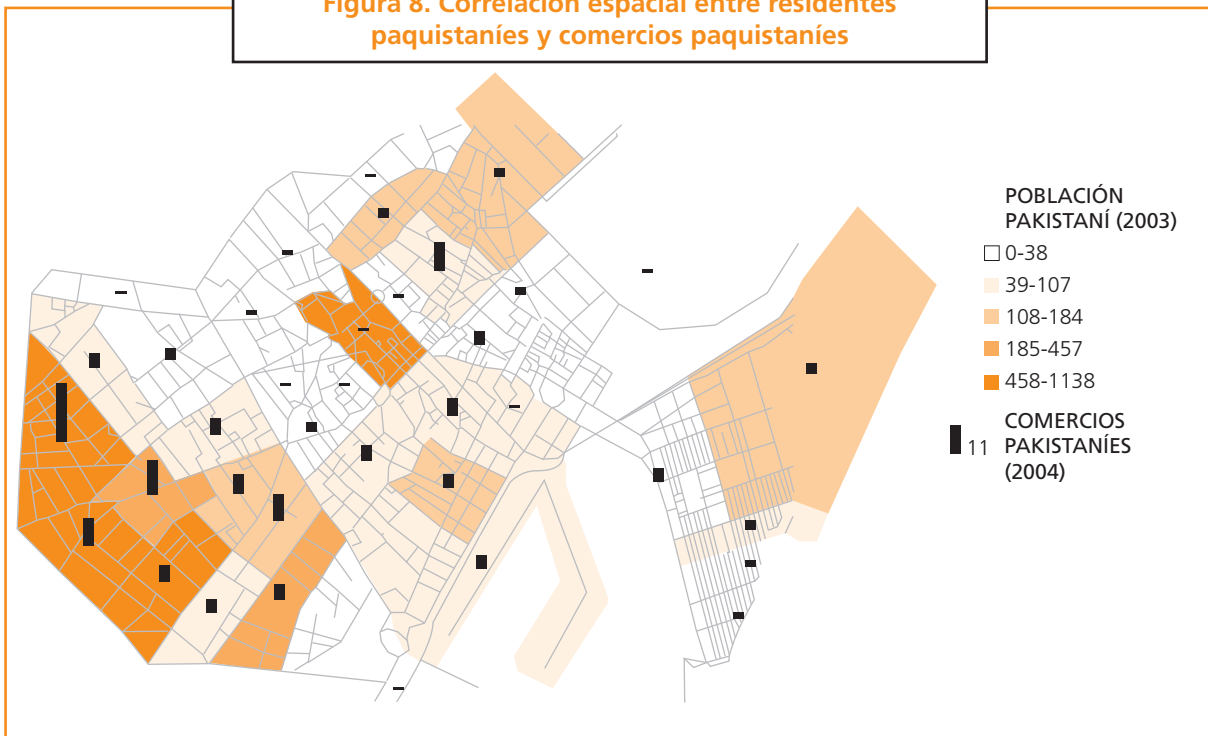
Elaboración propia

**Figura 7. Tipologías de los comercios étnicos de Ciutat Vella entre 2004 y 2005**



Fuente: Serra (2006).

**Figura 8. Correlación espacial entre residentes paquistaníes y comercios paquistaníes**



Fuente: Serra (2006).

## El comercio étnico en Ciutat Vella

Los dos mapas siguientes (figuras 7 y 8) ofrecen una panorámica de la situación del comercio étnico en Ciutat Vella entre 2004 y 2005. Esta situación ya ha sido descrita con más detalle en otras publicaciones (Morera, 2007 y Serra, 2006, entre otros). Por un lado el primer mapa (figura 7) muestra la dispersión geográfica de comercios de proximidad (locutorios, carnicerías, colmados, bares, restaurantes, peluquerías, tiendas de ropa, bazares, etc.) regentados en la mayoría de los casos por paquistaníes, marroquíes, bengalíes, filipinos y dominicanos. Por otro lado, se produce una concentración de otros negocios con una demanda diferente, como las tiendas de *souvenirs* dirigidas por indios para los turistas de la Rambla y los comercios mayoristas de ropa de los chinos en la calle Trafalgar y alrededores (Dreta de l'Eixample Sud, en buena parte fuera del ámbito geográfico de este estudio).

Por su parte, en el segundo mapa (figura 8) se destaca la correlación espacial entre residentes paquistaníes y comercios paquistaníes, excepción hecha de la zona con muchos residentes paquistaníes en el Barri Gòtic, consecuencia de un sobregistro del padrón de paquistaníes sin residencia fija.

## La composición de socios y de juntas directivas en las asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella

El asociacionismo comercial suele ser bajo en general en España, aunque ciertamente lo es más todavía entre los comerciantes de origen extranjero, como ocurre en el barrio de Russafa en Valencia (Torres Pérez, 2006: 12).

Los motivos por los que los comerciantes recién llegados tienden a asociarse menos nos los han recordado en nuestras entrevistas los miembros de las juntas directivas de las asociaciones. El tiempo suele jugar a favor del asociacionismo: cuanto más tiempo lleve un comerciante trabajando, es más probable que se integre en la asociación de comerciantes (como también destacan Charterina y Zorrilla, 2004). No se trata simplemente de que esos comerciantes étnicos que llevan poco tiempo en el barrio no "quieran integrarse" sino más bien de, a veces, la imposibilidad de hacerlo a causa de no dominar todavía el idioma y, por tanto, de su dificultad (a veces desconfianza) por relacionarse con otros colegas autóctonos, y también por preocupaciones más urgentes: su familia, su negocio, su situación legal tanto personal como profesional, etc.

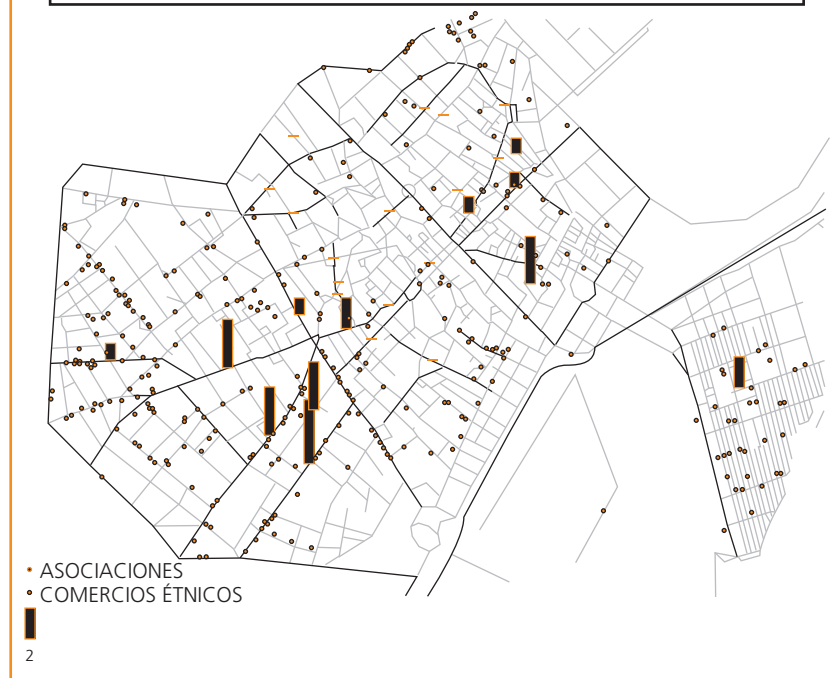
El siguiente mapa (figura 9) muestra la composición de asociados autóctonos e inmigrantes en las asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Como era de esperar en las calles donde hay más comercios étnicos existe un número más elevado de asociados inmigrantes. Aún así la proporción no es directa, ya que en calles como la calle Hospital existe una mayoría de comerciantes inmigrantes. En cambio, la composición de socios de la asociación de la calle Sant Pau sí que manifiesta la realidad comercial, de alrededor de un empate entre comercios de autóctonos y de inmigrantes.

**Figura 9. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Composición de asociados autóctonos e inmigrantes**



Fuente: Encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

**Figura 10. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Miembros de la junta directiva inmigrantes.**

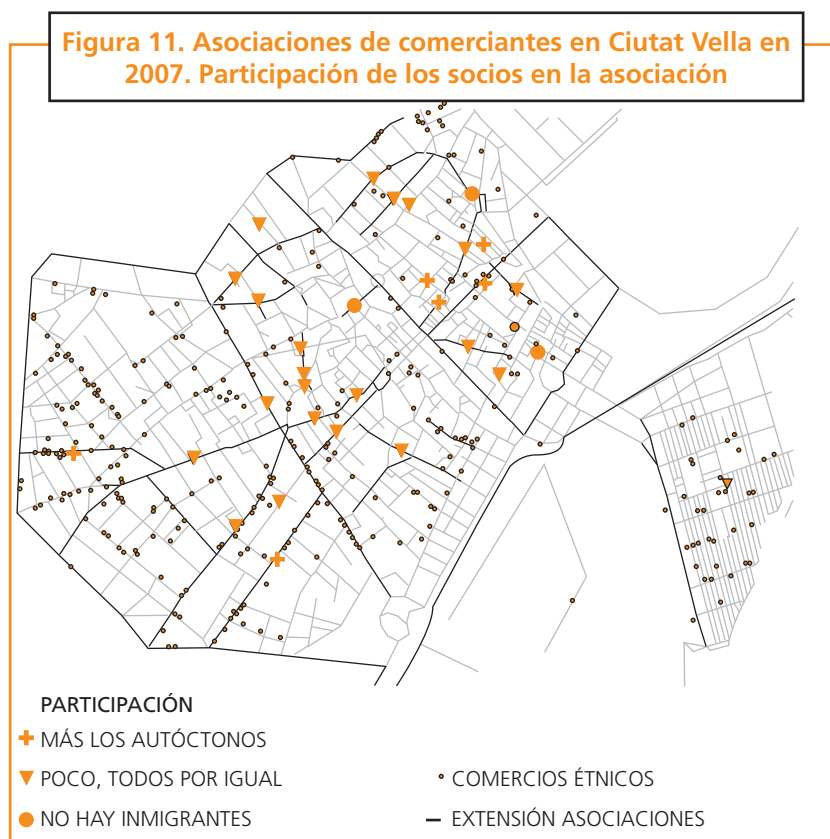


Fuente: encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

Los miembros inmigrantes de las juntas directivas (figura 10) no pasan nunca de cuatro (como en la asociación de la calle Nou de la Rambla, pese a que, en realidad hay más comercios de autóctonos que de inmigrantes). En muchos casos existe, sin embargo, una desproporción de los comerciantes inmigrantes en las juntas directivas en relación al número de comercios étnicos: como en algunas calles de Sant Pere o en Riera Alta sin apenas inmigrantes en las juntas directivas pese a haber un número significativo de comercios étnicos.

### La participación de los comerciantes autóctonos y de origen extranjero en las asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella

El pesimismo suele ser la nota característica del modo en que participan socios tanto autóctonos como inmigrantes, como muestra el mapa siguiente (figura 11). En la mayoría de los casos todos los socios por igual participan poco en las actividades de la asociación. En otros casos, sobre todo en la zona de Santa Caterina se reconoce que son sobre todo los autóctonos los que participan, mientras que en otras zonas, principalmente allí donde hay menos comercios étnicos, los inmigrantes no participan simplemente porque no hay socios inmigrantes.



Fuente: encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.



## La visión de los comerciantes de origen extranjero según las asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella

En este apartado intentamos resumir los aspectos positivos y negativos que aportan los comerciantes de origen extranjero en el barrio según las visiones de los miembros de las juntas directivas de las asociaciones de comerciantes. Pienso que el perfil de la persona que habla (que no tiene porqué dar una opinión que necesariamente mantengan los otros miembros de la junta directiva) tiene mucho que ver con lo que opina, en especial el origen (autóctono o inmigrante; en este caso, el tiempo que lleva en Cataluña), la edad y la formación. En este sentido, se podría tal vez hablar de tres tipos de “discurso” según el perfil del entrevistado:

1. Autóctono, con años de experiencia, miembro de junta directiva de asociaciones de una calle con “problemas” de comerciantes étnicos;
2. Autóctono o inmigrante, también experimentado, con estudios universitarios, miembro de la junta directiva de un *eix comercial* u otras instituciones públicas o privadas (Ayuntamiento, Fundación Tot Raval, representantes de asociaciones de inmigrantes, religiosas o culturales que a la vez son miembros de juntas directivas de asociaciones de comerciantes, etc.).
3. Inmigrante, comerciante con menos años de actividad en Ciutat Vella.

Sin ánimo de generalizar ni de encasillar excesivamente, parece que el primer perfil tiene una “retórica etnicista”, con menos ánimo de integrar a los “otros”, vista la “imposibilidad” de hacerlo. En el segundo perfil se mantiene un “discurso culturalista” que procede del ámbito mediático-ilustrado”, con una visión más bien optimista, acerca de la integración (los dos tipos, con expresiones similares, son descritos por Aramburu, 2000). El tercer perfil sería el opuesto al primero, incide en la igualdad de los comerciantes étnicos y los autóctonos, y también en la no oportunidad de mencionar la categoría “comerciante étnico”.

Un ejemplo de discursos de los dos primeros perfiles: En 1998 en la mesa redonda “Escenes del Raval” el presidente de la asociación de comerciantes de la calle Hospital “enviaba...cargas de profundidad contra los comercios inmigrantes” (Aramburu, 2000: 154-155), mientras que el resto de los contertulios estaban a favor de “abrirse al futuro”. Otro ejemplo, esta vez “eticista”: el secretario de la asociación de la calle Carders expresaba también a Aramburu que el Ayuntamiento de Barcelona “ha traido gentuza que vive del cuento y se ha producido un desplazamiento de la gente enraizada en el barrio. La gente joven se va del barrio” (Aramburu, 2000: 218 y 225).

El discurso del segundo perfil, el culturalista, suele ser no sólo “integrador” sino también pragmático, y aludir a la capacidad de los comercios étnicos de mantener “las puertas abiertas” o las “persianas subidas”, de que generan puestos de trabajo, de que estimulan a los autóctonos a trabajar más y mejor, revitalizan el barrio... El primer discurso, en cambio, insistirá en que los comerciantes étnicos incumplen las normativas comerciales, están vinculados en ocasiones a la delincuencia local, generan ruido y suciedad, las tipologías de sus comercios y servicios se repiten o clonan excesivamente y se dirigen sólo a sus coétnicos...



En el tercer tipo de perfil la argumentación también va en la línea de la regeneración urbana: los autóctonos abandonaron el barrio, con la consiguiente decadencia física, funcional y social; “nosotros”, los emprendedores inmigrantes, le hemos devuelto la vida. Es el argumento de las “persianas abiertas”, esgrimido con orgullo por los comerciantes étnicos.

Hacia el año 2000 cuatro representantes de asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella señalaban que, en principio, la competencia de las grandes superficies era la causa principal de la crisis del pequeño comercio en ese distrito. Además otros factores eran la

“drástica reducción y progresiva pauperización de la población del distrito, la mala imagen del barrio que ahuyentaba a posibles compradores de rentas altas, el sistema impositivo municipal que pesa como una losa sobre el pequeño comercio en barrios deprimidos como el Raval central y Santa Caterina, la falta de relevo generacional en los negocios familiares bien porque los hijos aspiran a otro tipo de empleo bien por la carga impositiva de la nueva ley de arrendamientos urbanos que actualiza los alquileres de locales comerciales con contrato indefinido cuya renta permanecía hasta entonces prácticamente congelada, etc. Pero en las intervenciones públicas de los comerciantes del distrito todos estos factores pierden relevancia hasta su virtual evaporación, mientras que las tiendas de inmigrantes, que raramente aparecen en las entrevistas como una ‘causa’ de la crisis del pequeño comercio tradicional, ganan casi todo el protagonismo en detrimento del resto de factores” (Aramburu, 2000: 293).

Aramburu (2000, capítulo 10) recoge las quejas de los comerciantes y vecinos autóctonos, de las asociaciones de comerciantes y de las asociaciones de vecinos contra los comercios de los inmigrantes de finales de los años noventa. No todas las asociaciones de comerciantes culpan de sus males a los emprendedores de origen extranjero. Por ejemplo, la asociación Ponent del Raval destacaba que los comerciantes autóctonos centran los problemas en los comerciantes inmigrantes por un problema de aceptación, pero sobre todo de ignorancia y de desconocimiento” (Aramburu, 2000: 294). Además,

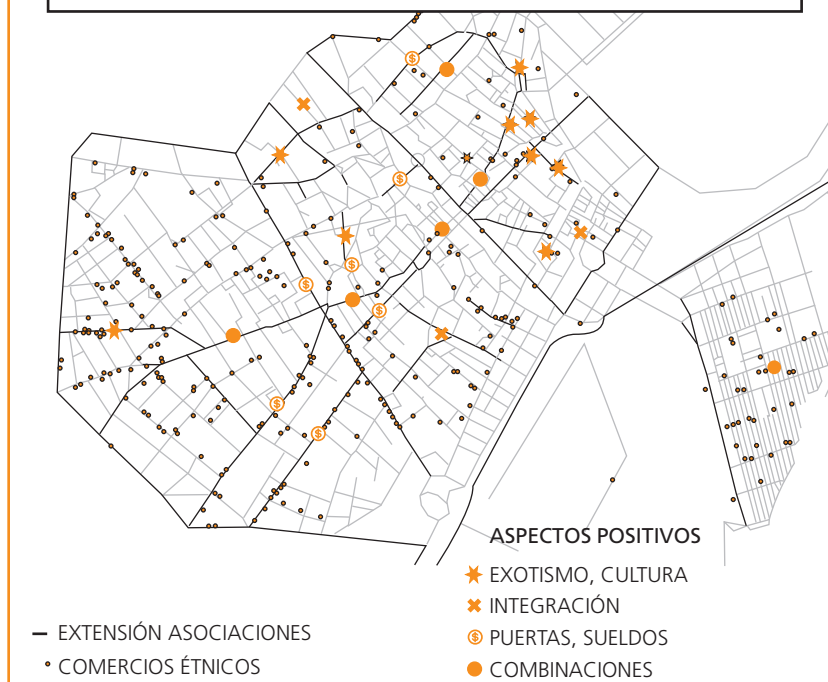
“los comerciantes autóctonos, como dueños de negocios y como propietarios de locales, sólo pueden esperar la desvalorización de sus negocios y sus propiedades si el distrito adquiere la identidad de ‘barrio de inmigrantes’, del que ‘los comercios de/para inmigrantes’ son una de sus señales exteriores” (Aramburu, 2000: 307).

“Por otro lado, los comerciantes pueden convertir a sus colegas extranjeros en chivos expiatorios de la crisis del pequeño comercio al asociarlos no tanto a la competencia desleal como a los grandes símbolos del neoliberalismo (desregulación, flexibilidad, libertad comercial, etc.)” (Aramburu, 2000: 321).

Con frecuencia la prensa solía y suele echar más leña en el fuego al reproducir “la versión de los autóctonos” (el primer perfil), aunque también es cierto que reproduce también las visiones no extremas, más relacionadas con el segundo perfil<sup>7</sup>.

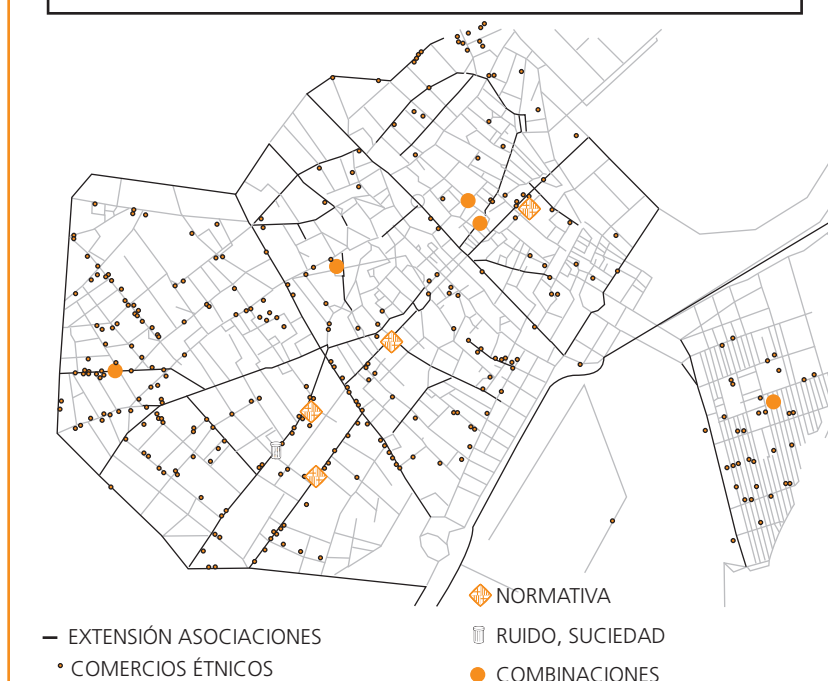
7. Yo mismo he tenido la suerte de comprobar el eco en prensa, TV y radio de una rueda de prensa que la Caixa organizó con ocasión de la presentación de mi libro *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona* (Serra, 2006).

**Figura 12. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Aspectos positivos de los comercios étnicos según las asociaciones**



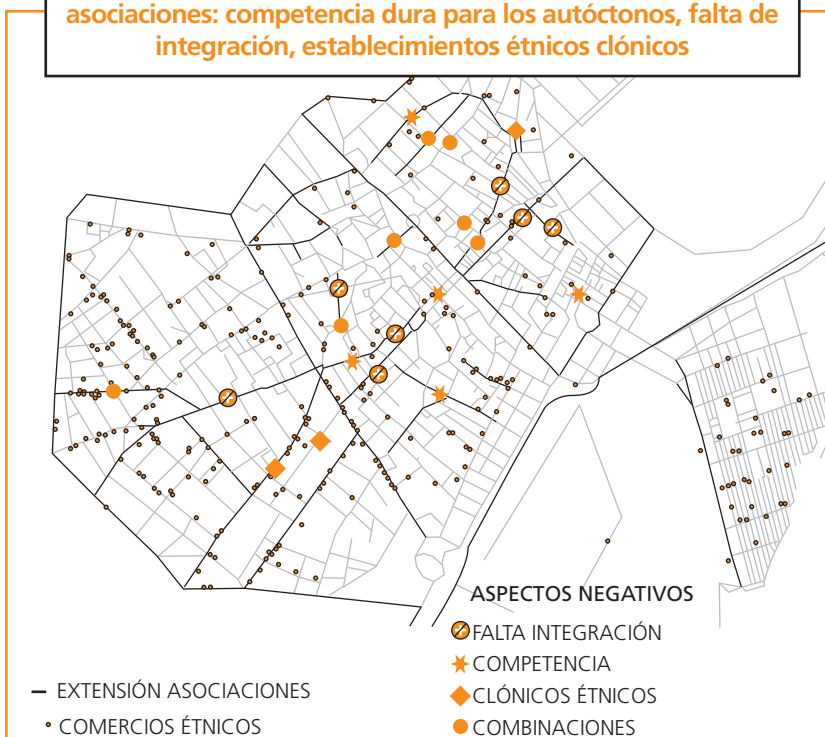
Fuente: Encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

**Figura 13. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Aspectos negativos de los comercios étnicos según las asociaciones: incumplimiento de la normativa comercial, ruido, suciedad, etc**



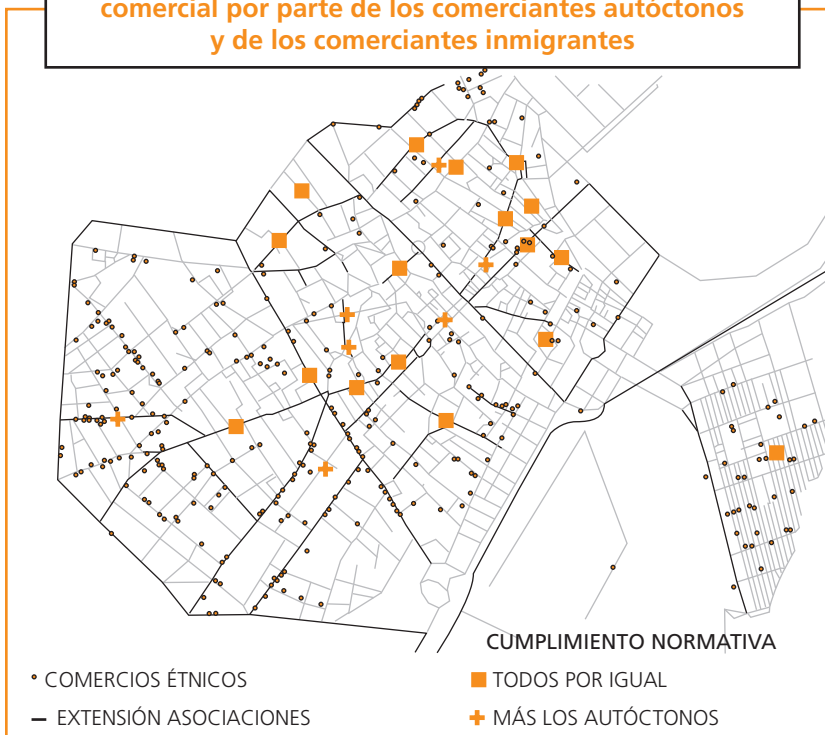
Fuente: Encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

**Figura 14. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Aspectos negativos de los comercios étnicos según las asociaciones: competencia dura para los autóctonos, falta de integración, establecimientos étnicos clónicos**



Fuente: Encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

**Figura 15. Asociaciones de comerciantes en Ciutat Vella en 2007. Cumplimiento comparativo de la normativa comercial por parte de los comerciantes autóctonos y de los comerciantes inmigrantes**



Fuente: Encuesta a las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella. Elaboración propia.

Los tres mapas siguientes (figuras 12, 13 y 14) muestran los aspectos positivos y los negativos que los miembros de juntas directivas de las asociaciones de comerciantes atribuyen a los comerciantes inmigrantes. En el primer caso, el de los aspectos positivos, parece significativo que en la zona de Santa Caterina, Princesa y Carders se incida en el aspecto cultural, "exótico", que aportan los comerciantes étnicos, mientras que en el resto de Ciutat Vella se subraya más "la puertas abiertas". Se da tal vez una cierta contraposición entre un discurso "etnicista", que claramente incidirá más sobre los aspectos negativos y un discurso "pragmático", más abierto.

Las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella suelen desconocer si los emprendedores de origen extranjero realizan actividades en favor o para sus coétnicos o su "comunidad". En el caso de Russafa, sin embargo, Torres Pérez (2006: 18 y 19) reconoce que los comerciantes magrebíes "realizan acciones significativas", junto con los directivos de la Asociación Cultural Islámica, el imán y miembros destacados de las asociaciones de marroquíes y argelinos. Una de esas acciones fue el "Comedor popular Russafa" durante el Ramadán de los años 2000 y 2001, que "repartió de forma gratuita un centenar de sopas *halal*" a indigentes. Torres Pérez (2006: 14) también destaca que en Russafa los comerciantes chinos no promovieron actos públicos con ocasión de la celebración del Año Nuevo Chino, a diferencia del barrio de Lavapiés, en Madrid o de otras ciudades europeas.

En cuanto al cumplimiento de la normativa comercial (figura 15) son pocas las asociaciones de comerciantes que se decantan por la asunción de que son los autóctonos los que cumplen mejor la normativa, como muestra el mapa siguiente.

## Conclusiones

En este trabajo hemos intentado presentar las posiciones de las asociaciones de comerciantes (no étnicas, sino simplemente profesionales, abiertas en teoría a cualquier nacionalidad) de Ciutat Vella respecto a los comercios de los inmigrantes en ese mismo distrito.

Las fuentes de información básicas de este trabajo han sido las entrevistas que hemos realizado a una treintena de miembros de las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella así como otras entrevistas a representantes de los *eixos comercials* de Ciutat Vella y a otros actores (Fundació Tot Raval, Ayuntamiento de Barcelona, principalmente).

Las opiniones de los representantes de las asociaciones son extremadamente variadas: desde posiciones favorables a las muy negativas, pasando por las indiferentes (en aquellas calles donde los comercios étnicos son todavía una minoría exigua). Se podría decir que la visión favorable no se ha adquirido enseguida: han sido precisos en ocasiones años de mediación, como muestran los ejemplos de la empresa *Desenvolupament Comunitari* (Cegrí et al., 2006) en la calle Sant Pau y

en otras calles. Los papeles de las instituciones públicas y privadas, de las propias asociaciones de comerciantes y de los *eixos comercials* son muy relevantes en esta dinámica de la revitalización comercial de un centro histórico como el de Ciutat Vella. Los papeles de estos actores no están siempre coordinados y de acuerdo, de manera que es necesario un diálogo continuo para establecer estrategias comunes y complicidades.

Hemos procurado mostrar que, además de los discursos u opiniones negativo-etnicistas y las visiones positivo-oficialistas que Aramburu presenta en su tesis doctoral, existiría una tercera, que va más allá de la oficialista, de carácter reivindicativa, que insiste en la bondad, incluso la necesidad de la llegada de comercios de inmigrantes para la regeneración del barrio, que ya se ha notado gracias a ellos.

En cualquier caso, el papel de la asociación de comerciantes, la que está más próxima al comerciante de la calle, parece muy importante a la hora de facilitar la convivencia funcional y social de comerciantes y vecinos, tanto autóctonos como inmigrantes.

## Agradecimientos

A todos los miembros de las juntas directivas de las asociaciones de comerciantes de Ciutat Vella por el tiempo que nos han dedicado en la encuesta, y a personas de otras instituciones como los representantes de los cuatro *eixos comercials* de Ciutat Vella, a la Fundació Tot Raval y a Carmina Ruiz, del Ayuntamiento de Barcelona por las entrevistas que nos han concedido. Agradecemos en especial a las estudiantes de los estudios de Humanidades de la Universitat Internacional de Catalunya: Marta Ortega Baldonado, Miriam Fábregas Catá, Aurora Oliva López, Belén Puertas Pujadas, Carmen Moreno Gómez, los hermanos Marta e Iván Cardona Calvo, María Gómez Falguera, Gema Dolz Bautista y Cristina Quintana Ruiz su trabajo en la realización de la mayoría de las entrevistas a los representantes de las asociaciones. Los posibles errores de este artículo son sólo responsabilidad del autor.

## Referencias bibliográficas

AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Eixos i entorns comercials de Barcelona*. Barcelona: Direcció de Comerç i Consum, 2006. 95 p.

ARAMBURU OTAZU, Mikel. *Bajo el signo del Gueto. Imágenes del "inmigrante" en Ciutat Vella*. Barcelona: Tesis doctoral. Departamento de Antropología Social, Universitat Autònoma de Barcelona, 2000 (345 p.). Disponible en:

[http://www.tdx.cbuc.es/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-1128101-090511/mao1de1.pdf](http://www.tdx.cbuc.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1128101-090511/mao1de1.pdf)

BELTRÁN, Joaquín; OSO, Laura; RIBAS, Natalia. *Empresariado étnico en España*. Observatorio Permanente de la Inmigración y Fundación CIDOB. Disponible en formato digital en [www.cidob.org](http://www.cidob.org)

BORGES-MÉNDEZ, Ramón; LIU, Michael y WATANABE, Paul. *Immigrant Entrepreneurs and Neighborhood Revitalization. Studies of the Allston Village, East Boston and Fields Corner Neighborhoods in Boston*. Malden, Massachussets (USA): The Immigrant Learning Center, Inc., 2005. 68 p.

CARRERAS I VERDAGUER, Carles. (coord.) *Els eixos comercials metropolitans*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Comerç, Consum i Turisme, 1999.

– (coord.) *Atles comercial de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona y Cambra de Comerç de Barcelona, 2003.

CEGRÍ, Mercè; NAVARRO, Josep M. y ARAMBURU, Mikel. “El encaje de los comercios extranjeros en el tejido comercial de acogida. Análisis de una experiencia de mediación comunitaria en Barcelona”. *Migraciones*. No. 20 (2006). Madrid.

CHARTERINA ABANDO, Jon y ZORRILLA CALVO, Pilar. “Asociacionismo zonal: clave en la gestión integrada de centro urbano. Análisis de las variables que influyen en el asociacionismo zonal de Bilbao”, 2004. Disponible en:

<http://www.epum2004.ua.es/aceptados/205.pdf>

FERRER REGALES, Manuel. “Distribución, difusión y centralidad musulmanas en España”. *Estudios Geográficos*. Vol. LXVII. No. 261 (julio-diciembre 2006). Madrid. P. 495-521.

LIGHT, Ivan y GOLD, Steven. *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press, 2000.

MORERAS, Jordi. “Iniciativas comerciales inmigrantes en un contexto urbano en transformación: el caso de Ciutat vella (Barcelona)”. En: BELTRÁN, Joaquín; OSO, Laura; RIBAS, Natalia. *Empresariado étnico en España*. Observatorio Permanente de la Inmigración i Fundació CIDOB, 2007. Disponible en formato digital en: [www.cidob.org](http://www.cidob.org)

SEIDMAN, Karl F. *Revitalizing Commerce for American Cities. A Practitioner's Guide to Urban Main Street Programs*. Washington, DC: Fannie Mae Foundation, 2004.

SERRA DEL POZO, Pau. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella en Barcelona*. Barcelona: Fundació La Caixa, 2006. 189 p.

SOLÉ, Carlota i PARELLA, Sònia . *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundació CIDOB, 2005.

SOLÉ, Carlota; PARELLA, Sònia i CAVALCANTI, Leonardo. *L'empresariat immigrant a Espanya*. Barcelona: Fundació La Caixa, 2007.

SOLÀ-MORALES, Roser. *La gestió de la immigració a l'àmbit local. Reptes i actuacions*. Barcelona: Finestra Oberta, Fundació Jaume Bofill, 2006. 164 p.

TORRES PÉREZ, Francisco. "Las dinámicas de la convivencia en un barrio multicultural. El caso de Russafa (Valencia)". *Papeles del CEIC*. Vol. 2006/1. No. 23 (2006). CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco. Disponible en: <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/23.pdf>