

XXIV CONGRESO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGÍA (ALAS) 2013
Grupo de Trabajo N°09. Estructura social, dinámica demográfica y migraciones

“Las estrategias de los negocios de inmigrantes latinoamericanos en la comuna de Santiago de Chile”¹

Daisy Margarit
Karina Bijit

Resumen

En la última década hemos presenciado una transformación del paisaje urbano en la comuna de Santiago, a partir del surgimiento y expansión de locales comerciales administrados por inmigrantes latinoamericanos, en barrios donde existe una alta concentración residencial de colectivos de inmigrantes. Se ha generado un proceso de revitalización urbana, expresada primordialmente en el surgimiento de circuitos económicos locales, así como la aparición de redes sociales que ejercen un poder de atracción para los migrantes hacia dichos barrios.

El objetivo del presente artículo es describir y analizar las estrategias de integración desarrolladas por los inmigrantes para la instalación y mantención de locales comerciales en la comuna de Santiago de Chile.

Palabras clave: comercio inmigrante, estrategias, economía étnica

Introducción

El panorama de la inmigración intrarregional en América latina ha evidenciado algunos cambios, Brasil y Argentina como países receptores de inmigración, estancan los flujos migratorios posterior a la crisis de la década de los 80, y se observa un aumento de la presencia de inmigrantes en Chile (Pellegrino, 2003). Chile empieza a convertirse en un país receptor de población extranjera, tendencia que se observa durante la década de los 90, y que se va consolidando en los primeros años del siglo XXI, con un crecimiento lento pero progresivo. Este dato es corroborado por las cifras del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2002, en Chile los residentes extranjeros registrados fueron 184.464, lo que representa el 1,2% del total de la población, aumentando en relación al CENSO del año 1992 en 0,4%. Esta tendencia al aumento se ha mantenido, de acuerdo a la estimación realizada por el Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior, el total de población extranjera residente en Chile, al año 2010 era de 352.344 personas, cifras que indican que alrededor del 2,08% del total de la población residente en el país es extranjera. (Departamento Extranjería, 2010). No obstante, si comparamos el número de inmigrantes que llegan a Chile con el resto de los países de América, el volumen de población extranjera es menor, sin embargo, la importancia cuantitativa del fenómeno migratorio no debe llevar a restar protagonismo a esta realidad, ya que su impacto es evidente en la actualidad y se proyecta que será aún mayor en el futuro.

La investigación que se presenta en este artículo, se situó en el Área Metropolitana de Santiago, por dos razones, la primera obedece al evidente aumento de los colectivos de inmigrantes latinoamericanos que

¹Este artículo es desarrollado a partir del proyecto Fondecyt N° 11100344: “La integración social del Inmigrante latinoamericano en Santiago de Chile: Territorio y redes Sociales” (2010-2012). Financiado por Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (CONICYT) a través de su programa Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT).

han llegado en los últimos años y que actualmente se concentran en ciertas comunas del AMS. De acuerdo al CENSO (2002) en el Área Metropolitana de Santiago residían 108.775 inmigrantes extranjeros, equivalente al 2% de la población total de la Región Metropolitana. A pesar del bajo peso relativo, es importante recalcar que la última tasa de crecimiento intercensal de la población nacida en el extranjero, es la más alta de todas las registradas, llegando a un 5,5%. (Arias, 2010). La segunda razón, se relaciona por una parte con los cambios que han experimentado los barrios a propósito de la llegada de población inmigrantes. Cambios que se evidencian a diario principalmente a través de la instalación de comercio regentado por inmigrantes, como son los almacenes, restaurant, centrales de llamados, telefonía, internet entre otros.

El propósito del presente artículo es caracterizar el comercio de origen migrante en la comuna de Santiago y analizar las estrategias de creación y mantención de los administradores de origen migrante en el periodo 2010-2012, enmarcándose dentro de los objetivos de la investigación “La integración social del Inmigrante latinoamericano en Santiago de Chile: Territorio y redes Sociales”, que busca responder a la pregunta de los factores que facilitan los procesos de integración de los colectivos de inmigrantes en el espacio cotidiano. Cabe señalar que la estrategia metodológica utilizada en esta investigación corresponde a lo que Flick (2004) denomina una combinación de métodos, grupos de estudio, entornos locales y temporales y perspectivas teóricas diferentes al ocuparse de un fenómeno. Esta combinación es lo que Denzin (1989) llama la triangulación metodológica, en la que se combinan métodos (cualitativos y cuantitativos) en fases diferentes del proceso de investigación. De este modo entre los aspectos más importantes que se destacan en el trabajo de campo, está la combinación de métodos de carácter cuantitativo derivados principalmente del análisis de encuestas a los administradores y dependientes de los negocios, aplicadas a los 369 locales catastrados; y los métodos de carácter cualitativo fundamentalmente provenientes de las entrevistas semiestructuradas a los administradores de los negocios. Cabe agregar, que como parte de las condiciones éticas de la investigación, los nombres de los entrevistados citados han sido modificados para resguardar la confidencialidad de sus identidades.

Inmigración, redes y comercio étnico

Gran parte de la inmigración que llega a Chile se establece en el Área Metropolitana de Santiago, lo cual nos indica que hay ciertas áreas de “preferencia” en su localización, teniendo en cuenta que una de las características de la inmigración es la concentración de la población en ciudades globales, y al interior de ellas en determinadas áreas por sobre otras. Este hecho puede ser explicado por la existencia de focos de atracción, para los colectivos de inmigrantes, expresados principalmente a través de variables objetivas de mejoramiento de las condiciones de vida, como pueden ser la existencia de fuentes laborales, territorios con altos grados de conectividad con áreas centrales que permiten también el acceso a trabajos. En el caso de la comuna de Santiago, en donde se sitúa específicamente esta investigación, observamos ciertas variables de equipamiento urbano y comunitario, que coinciden con otras ciudades que son focos de atracción de inmigración a nivel internacional, como el caso de Madrid y Barcelona (Margarit, 2008). Identificamos en estas variables relacionadas con aspectos urbanos como son:

- a) red de transporte público (metro y buses de locomoción colectiva)
- b) cercanía al centro cívico de la ciudad
- c) Acceso a servicios de salud
- d) Presencia de escuelas y jardines infantiles

La conjunción de estas variables, sumado a factores endógenos del territorio que se caracterizan por tener un grado de deterioro urbano, existencia de un mercado de vivienda posible para arriendo o compra, configurado por casas antiguas de principio del siglo XX, con daños en su infraestructura, pero con habitaciones grandes que permiten la subdivisión para arriendo a varias familias de extranjeros, siendo así más accesibles por el precio y por las condiciones de arriendo que en muchas ocasiones son informales, por cuanto se subarrienda sin mediar un contrato; la presencia de negocios de barrios que se cierran por jubilación de sus dueños, ya que el perfil sociodemográficos de la población autóctona residente está mayoritariamente representada por el segmento de población mayor de 60 años y por último, y tal vez uno de los aspectos de mayor peso a la hora de analizar la localización de los colectivos de inmigrantes en un territorio, está dado por la presencia de una red de connacionales.

La importancia de la existencia de la red social es realmente grande, en tanto se trata con seguridad de uno de los factores explicativos más importantes del fenómeno migratorio. Es en éste punto donde es significativa la forma de estructuración que adquieren las redes en particular y el papel que desempeñan cada uno de los integrantes en su dinámica, en tanto son ellos quienes establecen canales para la entrada y el asentamiento de los inmigrantes y sus familias. Esta red se encuentra, por lo general, constituida por parientes, amigos y conocidos de familiares.

Algunos autores como Portes y Bach (1985) llegan a describir la emigración misma como un proceso de creación de redes que depende y a la vez refuerza las relaciones sociales a través del espacio. Los elementos que circulan o que son mediados a través de estas redes son muy variados y pueden ir desde la información, el trabajo, u otros bienes y servicios. De éste modo las redes de relaciones que se dan entre los inmigrantes y los sujetos que conforman la red en el territorio, son parte y a la vez mediadores fundamentales en la transmisión de lo que podríamos llamar capital social. En este sentido es posible considerar las redes de migración, como una forma de capital social, en la medida en que se trata de relaciones sociales que permiten el acceso a otros bienes de importancia económica, como el empleo o los salarios más elevados. Se trata de ese conjunto de recursos sociales que son intangibles, pero que tienen una enorme importancia, con esto nos estamos refiriendo específicamente a la información, el apoyo social, las conexiones personales. En definitiva, se puede afirmar que las relaciones que constituyen la red migratoria son una parte integrante del capital social (Martínez, 1997).

Con lo anteriormente señalado, podemos afirmar que otra de las explicaciones de este constante incremento de flujos migratorio, también estaría, entonces en la consolidación de una amplia red social en algunos barrios de la comuna de Santiago, hecho que facilita la llegada de nuevos inmigrantes. En este sentido nos atrevemos afirmar que, en muchos casos, es ese carácter autosostenido y autoalimentado de la red migratoria que da al propio proceso migratorio, lo que trae consigo que la llegada de inmigrantes, sobre todo de determinados colectivos, no haya disminuido sino al contrario, observamos cómo han aumentado, como es el caso del colectivo peruano.

En esta línea algunos autores (Martínez, 1997; Massey y García, 1987), corroboran lo anteriormente expuesto, ellos sostienen que este tipo de relaciones no se crea con el proceso migratorio, sino que son anteriores a él, aunque con frecuencia son activadas en este proceso, en tanto, previo a él existían pero estaban en estado latente. El papel que desempeñan las redes sociales dentro de este nuevo marco explicativo pone en entredicho muchas de las hipótesis económicas tradicionales, tales como el uso de las diferencias económicas entre países expulsores y receptores de mano de obra, a la hora de explicar la complejidad del fenómeno migratorio mediante una única variable. Las redes ayudan a entender la continuidad de los flujos migratorios a pesar de la desaparición de los factores que determinaron su inicio, así como a dar coherencia a comportamientos que no siempre obedecen a razones ni estrategias individuales.

En este sentido Martínez (1999), añade que una vez que la red se ha constituido, se perpetúa a sí misma con una cierta independencia de las condiciones históricas, sociales y económicas concretas tanto de la

sociedad receptora como de la emisora. Este fenómeno de encapsulación trae consigo a veces el hecho que, aunque las condiciones económicas o de empleo en la sociedad receptora empeoren o se deterioren, el proceso migratorio continúa con la misma fuerza cuantitativa, porque la red migratoria lo alimenta y se alimenta a sí misma con una independencia del entorno exterior.

Una de las funciones que cumplen estas redes es el apoyo en la consolidación de economías étnicas, como señala Bott's (1957) en su estudio clásico, los contenidos de las redes sociales se estructuran espacialmente, y en especial modo en condiciones de cercanía. Las redes sociales entonces adquieren su valor cuando se consideran en un contexto específico, en este caso caracterizado por la vecindad (Pagliarin, 2011), posibilitando la aparición de comercio inmigrante.

Las redes sociales, como señala Pagliarin (2011) pueden explicar, más que otros factores, la presencia, en algunas áreas urbanas, de comercios similares y regidos por un mismo grupo étnico. Sin embargo, acota la autora, las redes sociales étnicas no están incondicionalmente presentes, sino que tienen que ser construidas y "tejidas" por parte del aspirante emprendedor. Una vez puestas en marcha, estas redes sociales étnicas ofrecen aquel apoyo necesario para dar más autonomía al individuo.

Siguiendo los planteamientos de Pagliarin (2011) , esto ayuda a comprender porque surgen establecimientos administrados por inmigrantes (el comercio étnico) , lo cual estaría dado por la proximidad de residencia y domicilio, o sea la posibilidad de compartir el espacio de residencia y de trabajo en una misma ubicación, lo que permite la formación de fuertes redes sociales que controlan, dirigen, soportan y ayudan al inmigrante en todos los pasos de su establecimiento en el nuevo territorio y en la sociedad de acogida.

Por lo anterior para comprender la presencia de inmigrantes en ciertos sectores es necesario considerar las características y transformaciones de los territorios en donde se localizan, como las mencionadas anteriormente, que coinciden con las investigaciones sobre el tema, las que señalan que los negocios étnicos suelen instalarse en espacios comerciales abandonados por la población autóctona y en barrios urbanísticamente deteriorados, en los cuales existe una oferta habitacional y disponibilidad de locales o casas que pueden ser habilitadas para instalar un local comercial. A su vez, la concentración residencial de migrantes opera como un factor de atracción en cuanto posibilita la emergencia de redes de solidaridad entre connacionales. El equipamiento urbano en términos de infraestructura, acceso a servicios y transporte, también operan como factores de atracción para instalación de comercio migrante.

Las iniciativas comerciales desarrolladas por los migrantes suelen poseer pocas barreras de entrada, normalmente son negocios con bajos requerimientos tecnológicos, de inversión de capital y de requisitos educativos. Suelen ser intensivos en fuerza de trabajo, es decir poseer largas jornadas laborales y fuerza de trabajo barata, lo cual permite su creación y mantenimiento. (Kloosterman, Van der Leun y Rath, 1999, Waldinger, 1996)

Análisis del comercio étnico en la comuna de Santiago desde los conceptos de economía étnica y economía de enclave étnico.

En la literatura internacional sobre las iniciativas empresariales o comerciales de los inmigrantes, encontramos un foco de estudio que distingue entre economía étnica y economía de enclave étnico.

La economía étnica es definida como la capacidad de los inmigrantes de auto emplearse y crear oportunidades laborales para sus connacionales, sean estos remunerados o miembros de la familia no remunerados. Sin que ello implique la existencia de una concentración espacial de los negocios, ni que sus productos y/o servicios estén dirigidos exclusivamente a su mismo grupo de connacionales (Bonacich y Modell 1980, Riesco 2004). Cabe aclarar que el término étnico se utiliza para hacer alusión a que la persona que administra un negocio y sus trabajadores, pertenecen a un grupo étnico determinado, sea etnia, raza u origen nacional (Light y Gold 2000).

Mientras que el concepto de economía de enclave étnico alude a toda empresa (negocio) propiedad de una minoría étnica que proporcione una cantidad significativa de empleo a trabajadores coétnicos, además de caracterizarse por una concentración geográfica determinada (Portes y Wilson, 1980). Dicho concepto surge vinculado a la teoría sobre los mercados de trabajo segmentados, Portes y Wilson (1980) son sus principales exponentes, dichos autores distinguen tres posibles modos de incorporación al mercado laboral por parte de los inmigrantes, una forma es la incorporación al mercado laboral primario el cual ofrece buenas condiciones laborales y estabilidad. Otra forma es la inserción al mercado laboral secundario el cual agrupa a los puestos de trabajo mal remunerados, con escasa posibilidad de ascenso económico e inestabilidad laboral. Por último, se identifica un tercer modo de carácter autónomo a través de la incorporación a los enclaves étnicos, los cuales surgen como una reacción a la rígida estratificación del mercado laboral que ofrece precarias condiciones para los inmigrantes. Cabe destacar que los autores se centran en el análisis de los trabajadores que se emplean en negocios o empresas de connacionales, dejando de lado a aquellos inmigrantes auto empleados que no cuentan con trabajadores co-étnicos remunerados. Otra característica, es la proximidad espacial de los locales, la cual se distingue de las concentraciones étnicas residenciales en donde surgen negocios orientados al barrio, puesto que los empresarios de enclaves se ubican en sectores donde se concentran otras empresas del mismo rubro, independientemente del lugar donde habiten. Los autores señalan que concentración territorial de las empresas o negocios posibilita el surgimiento de una solidaridad étnica a través del intercambio de información, acumulación de capital, revitalización de una identidad étnica e incluso que los trabajadores adquieran habilidades que les permitan crear sus propios negocios.

En el caso de los locales catastrados en la comuna de Santiago, encontramos que el 84% corresponde a inmigrantes provenientes de Perú, el 9% de Bolivia, el 4% de Colombia y el 3% de Ecuador.

En total se contabilizaron 268 locales comerciales, los cuales se ubican principalmente en ciertos barrios caracterizados por la concentración residencial de inmigrantes. Dichos negocios poseen una orientación barrial, ajustándose a la demanda de la población residente, orientados tanto al público general como a los connacionales, destacando la presencia de ciertos rubros, como locales mixtos (almacén con servicio de telefonía e internet) y de alimentación (restaurantes, pollerías, panaderías). La presencia de comercio inmigrante en dichas zonas, posibilita el intercambio de información sobre ofertas laborales, de vivienda, celebración de festividades religiosas, entre otras. Constituyéndose en muchos casos en espacios de encuentro para la población de migrantes, facilitando la existencia de redes de solidaridad y revitalización identitaria.

A pesar de la concentración espacial y sectorial en ciertos rubros, la dinámica interna de dichos comercios no encaja con la definición del enclave, puesto que el número de trabajadores autónomos o miembros de la red familiar (no remunerada) supera al de trabajadores connacionales remunerados, por lo cual no corresponde hablar de enclave, cuyo foco está puesto en que dichas empresas o negocios se erigen como una alternativa laboral para una cantidad significativa de inmigrantes. Hasta el momento los negocios de inmigrantes catastrados en los barrios de Santiago se constituyen más bien como una estrategia individual o familiar de sustento económico, por lo mismo encontramos que la mayoría de los emprendimientos no posee un carácter empresarial (descrito en los estudios de enclave), sino más bien de supervivencia, generalmente pequeños y en algunos casos, con escasa cantidad y diversidad de productos y/o servicios. Por lo cual, dada las características que adquiere el comercio migrante en la comuna de Santiago, en esta investigación consideramos que la mayoría de los locales catastrados responden más bien al concepto de economía étnica.

Análisis de las estrategias de los comercios de origen inmigrante en la comuna de Santiago

La característica general del comercio de origen inmigrante en la comuna de Santiago, es que estos no se localizan homogéneamente en todos los barrios de la comuna, su concentración está en la zona norte en los barrios: Yungay y Balmaceda, y en la zona sur, principalmente en el barrio Franklin (ver Anexos, Gráfico N°1). De acuerdo al rubro, los comercios con mayor representación son el rubro vestuario (25%), almacén (15%) y restaurant (12%), sin embargo dado el dinamismo que presentan los negocios, se observa un porcentaje elevado en aquellos que pertenecían a dos rubros (24%), lo que se puede inferir que es parte del proceso instalación en el territorio, por cuanto se inician, por ejemplo como almacenes y derivan en una central de llamadas (ver Anexos, Gráfico N°2).

Características de los inmigrantes administradores de locales comerciales

Sin duda la caracterización de los sujetos que administran los negocios, nos permite configurar un perfil del inmigrante que inicia una actividad comercial, que en muchas ocasiones es la primera iniciativa que emprenden en su vida. De acuerdo a la edad, el 69% de los entrevistados posee entre 30 y 40 años de edad, dicho rango es relativamente superior al de la mayoría de los migrantes latinoamericanos en el país, el cual se concentra entre los 17 y 29 años de edad², ello se debe a que en promedio los entrevistados llegaron a Chile hace 9 años y trabajo un largo periodo como asalariados antes de instalar su local. En cuanto a su formación educacional, el 47% de ellos señala contar con estudios superiores, entre los cuales encontramos: pedagogía en educación básica, técnico en enfermería, técnico en industria alimentaria, técnico en prevención de riesgos, técnico en ingeniería eléctrica, computación, secretaria, entre otros. Mientras que un 40% declara haber terminado la enseñanza media. Sin duda, el nivel educativo de los sujetos entrevistados, en algunos casos, les facilita la realización de trámites y gestiones en torno a la instalación y mantención de los locales. En especial para el caso de la instalación de Restaurantes y centros de llamado e internet.

Si bien el nivel educacional es un facilitador para la concreción de los negocios, otro elemento que posibilita la creación de los locales, es la procedencia social de los migrantes, con esto nos referimos a los recursos de clase con los que cuentan las personas en la sociedad de origen, tales como: la experiencia y conocimiento previo en la administración de un local comercial propio o de la familia, así como poseer ahorros traídos desde el país de origen o contar con el apoyo económico de la familia. Dichos elementos son clave a la hora de analizar algunas iniciativas comerciales. El caso de una mujer ecuatoriana nos ejemplifica lo señalado, Ana tenía un local en Ecuador, llegó a Chile con capital para instalar su negocio, pero previo a concretar su proyecto, trabajo como dependiente ocho meses, ahorro un poco más de dinero e instalo en el primer piso de su casa un local de comida rápida. Posteriormente vende ese negocio e instalo un centro de llamados e internet en otro local, cuando tiene problemas económicos su hermana en Ecuador le deposita dinero.

Las motivaciones de la instalación de locales comerciales

La motivación para instalar un negocio son diversas, entre los entrevistados, encontramos a personas que ya poseían locales comerciales en sus países de origen y proyectaron instalar uno en Chile, aquellos que llegan con capital e instalan rápidamente su local, y otros que trabajan un tiempo como asalariados para ahorrar un poco mas de dinero antes de hacer la inversión. En otros casos, las motivaciones por poseer un local surgen como una alternativa frente a las precarias condiciones laborales de sus trabajos a los que acceden, expresadas en maltrato por parte de los empleadores. Cabe

² Información elaborada a partir de los datos de la encuesta Casen 2011, para el grupo de inmigrantes provenientes de Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia. Selección hecha en base a los colectivos investigados en Fondecyt.

destacar que a estas motivaciones se suman en el caso de las mujeres, otros motivos como la independencia y flexibilidad horaria, que les permite pasar más tiempo con su familia

El caso de una entrevistada nos permite ejemplificar lo señalado: Ella trabajo en diferentes lugares, como: auxiliar de limpieza en un hospital en el turno nocturno y limpiando departamentos para la constructora Santa Beatriz, también trabajo como asesora del hogar en distintas casas, pero no aguantaba mucho tiempo por los malos tratos de parte de sus empleadoras. Ella nos cuenta cómo surge la posibilidad de instalar su almacén:

“cuando salí embarazada de mi nena, la jefa me voto del trabajo y fue cuando ella me pago como un millón y medio y yo lo metí al banco, y una compatriota mía, me dijo: ‘sabes yo quiero vender un negocio’ y yo con el entusiasmo de estar con mis hijos, de no levantarme temprano, le dije ya muéstramelo, yo te lo compro”. (Mujer peruana)

Trayectoria laboral previa de los administradores de comercio étnico

Los migrantes entrevistados que administran negocios logran concretar su proyecto comercial después de haber trabajado como asalariados en Chile un promedio de siete años. Una de las estrategias más recurrentes en los relatos de los sujetos, es trabajar largos turnos, incluso los fines de semana y reducir los costos en vivienda compartiendo habitaciones con otros connacionales, en precarias condiciones de habitabilidad y hacinamiento. A su vez, en el caso de las mujeres, la mayoría trabaja en servicio doméstico puertas adentro, lo cual también les permite abaratar los costos de la vivienda. Estas estrategias, posibilitan el ahorro para la posible inversión que implica un negocio y en algunos casos, enviar remesas a sus familiares en los países de origen o concretar la reunificación familiar.

Otras estrategias mencionadas por los inmigrantes que poseen una trayectoria laboral previa a su emprendimiento comercial, es aprender cómo se maneja un negocio, trabajando como dependiente en uno, ya sea de origen chileno o connacional.

A continuación se describen las múltiples estrategias que se conjugan en las trayectorias previas de los administradores de comercio inmigrante:

Carlos llega a Chile en el año 2003 atraído por su pareja que ya llevaba tres años viviendo en el país, a un comienzo partió trabajando a cargo de la limpieza en una amasandería. Sobre ello nos relata lo siguiente:

“entré a una amasandería a limpiar, a limpiar el piso, yo miraba donde hacían los queques, miraba a los que embasaban y un día me dice el jefe ‘me falta gente’ ‘yo voy’ ‘si tú no sabes’ ‘enséñeme no más si yo le estaba mirando en esos dos meses que trabajé allá adentro’ y él tiene un minimarket afuera, entonces empecé a hacer limpieza en el minimarket. Y ahí le faltó una persona para vender y me dijo ‘¿sabes qué? trabaja acá, atiende’ (...) si yo te digo, trabajaba de siete a diez de la noche y empecé ganando cuatro mil pesos, poco y por quedarme una hora más cinco mil pesos, así iba subiendo hasta que trabajaba de lunes a sábado y cuando yo tenía oportunidad también los domingos. Un tiempo me puse a administrar el local, a ser cajero, yo hacía pedidos, pagaba a los trabajadores, conocí a los proveedores (...) trabaje cuatro años sin parar, no carreteaba, no hacía nada, puro trabajar, ahorraba, ahorraba (...) hasta que decidí independizarme, una señora me arrendó un local” (Hombre peruano).

Otro caso interesante para el análisis es el de Raquel, ella es de Perú, estudio técnico en industria alimentaria, siempre quiso poner un restaurant, pero los primeros años de su estadía en Chile trabajo como asesora del hogar, aunque no le gustaba, decidió hacerlo para poder sacar la visa sujeta a contrato de trabajo y ahorrar dinero, salía los domingos y entraba los lunes, en esa época arrendaba una pieza los fines de semana, la cual compartía con otras 12 personas. Cuando alcanza mayor estabilidad económica, arrienda una pieza con tres amigas y decide dejar de trabajar en casas y dedicarse a lo que

estudió, trabajo como garzona y ayudante de cocina en restaurantes chilenos y de connacionales. Al respecto nos señala:

“me puse a trabajar en otro restaurante que es de nuestro mismo país, pero la rabia es que no se portan igual, porque el trabajo en los restaurantes peruanos es bien sacrificado (...) no me hacían contrato ni me pagaban imposiciones, no me pagaban, ósea yo me las pagaba sola, pero al menos me sirvió porque pude ahorrar dinero” (mujer peruana)

Cuando logro juntar una suma significativa de capital, se asocia con su cuñado y varios miembros de la familia le mandaron dinero desde Perú para instalar su propio Restaurant.

Como se aprecia en el relato, Raquel contaba con estudios y con una red familiar que la apoyaba económicamente desde Perú, adicionalmente Rosa acumulo experiencia en el rubro de su interés trabajando en restaurantes en Chile, dichos recursos de clase (formación y condición económica de la familia), así como su trayectoria laboral de ahorro y experiencia en el rubro de su interés en el país, facilitaron la instalación de su restaurant

Las ventajas de trabajar en los comercios étnicos son variadas, para muchos inmigrantes es más fácil trabajar con connacionales por asuntos culturales o lingüísticos, e incluso para aquellos en situación de irregularidad es más accesible conseguir trabajo en los negocios o empresas de connacionales que en el mercado general, sin embargo en la literatura internacional, esta mirada positiva de los mismos ha sido cuestionada, si bien los administradores de los negocios perciben mejores ingresos que los que recibían en el mercado de trabajo general, esto no siempre es así para los trabajadores connacionales, Sandeers y Nee (1987), señalan que detrás de esta solidaridad étnica pueden esconderse redes de explotación en las cuales los trabajadores migrantes experimentan peores condiciones laborales que si trabajaran en el mercado general, como el caso de Raquel pues como se señala anteriormente, una de las estrategias de mantención de los comercios étnicos son las largas jornadas laborales y bajos sueldos de sus trabajadores.

Otras situaciones donde puede ser cuestionada *la solidaridad étnica*, se da en los casos en que los entrevistados señalan haber sido estafados por sus propios connacionales en la instalación de locales comerciales. Sobre esto, podemos referirnos a la experiencia de Nadia, ella le compra a su compatriota peruana un almacén con todos los insumos y equipamientos. No obstante, esta persona la engaña, le hace creer que hacer los trámites correspondientes como: sacar boletas, patente entre otras gestiones, era muy complicado, Nadia dice que su connacional la engaño, que le vendió a un precio mayor de lo que realmente costaba el negocio y que no hizo los traspasos correspondientes, por lo cual todo estaba a su nombre, adicionalmente adquirió deudas y problemas con la propietaria del local. Posteriormente, ella decide arriesgarse e ir a la Seremi y al Municipio:

“(...) me dijeron: ‘tiene que traer el contrato de arriendo, esto y esto’, y los reuní y los lleve y me dieron la patente al día, entontes yo quede como plop, estaba impactada, porque ella me decía que era tan difícil y no era como decía ella, después yo solita lo hice todo”. (Mujer peruana)

La adquisición del local comercial y las formas de financiamiento

La mayoría de los entrevistados instala su local comercial en los barrios de su residencia o incluso en la misma vivienda. Una modalidad común en la adquisición del local es a través del traspaso de un negocio anterior, dejado por residentes chilenos o connacionales. Cabe destacar que llama la atención que casi todos los locales son arrendados, en muy pocos casos se declara ser propietario del local.

Otras estrategias utilizadas por los inmigrantes que no contaban con la visa de residencia definitiva en el país, es acudir a su red cercana de connacionales o amistades chilenas, para que hagan los trámites correspondientes a su nombre para abrir el local hasta que los propietarios de los negocios obtengan la visa de residencia.

Como nos relata Carlos: “en ese tiempo tenía visa sujeta a contrato, fui al SEREMI y no atendieron, fui a la Municipalidad, fui a Impuesto Internos y reboté, ‘ahí dice visa sujeta a contrato, usted no puede hacer una iniciación de actividades porque usted está dependiendo de un empleador, tiene que sacar una visa temporal’. No me eché a morir, mi pareja tiene a su hermana que tiene la residencia definitiva ‘cambiémoslo a nombre de ella hasta que salga el mío.’ yo tenía mercaderías, tenía maquinas, tenía todo. Me salió y fue después tan fácil, lo cambie a mi nombre”. (Hombre peruano)

Una de las principales dificultades a la hora de iniciar un emprendimiento comercial, es la falta de financiamiento, lo que obliga en los casos donde no se cuenta con recursos de clase (ahorros previos en el país de origen o apoyo económico familiar), a mantener una larga trayectoria laboral como asalariados. A su vez, la dificultad de obtener un crédito bancario para invertir en el local, incentiva la búsqueda de alternativas, en algunos casos las personas viajan a su país de origen para pedir un crédito bancario y poder invertir en Chile, en otros los migrantes se asocian a connacionales o familiares para instalar el local o pedir préstamos, e incluso se accede a redes informales de prestamistas colombianos, lo cual resulta arriesgado.

Conclusiones

Los locales comerciales de inmigrantes se constituyen como estrategias de supervivencia individual o familiar, siendo muchas veces poco rentables y requiriendo de múltiples estrategias para mantener activo el local. La supervivencia y rentabilidad de las iniciativas comerciales se sustentan por una parte en la gestión del trabajo (estrategias) relacionadas con la auto explotación, expresada en las largas jornadas laborales que se extienden incluso durante los fines de semana y feriados, y por otra en las redes de familiares, es el apoyo de familiares (esposa, hijos, hermanos, cuñados) no remunerados, así como en los bajos salarios de los trabajadores connacionales.

Sin duda un obstáculo clave para la concreción de estas iniciativas es la condición migratoria en el caso de aquellos que no cuentan con la residencia definitiva, por no contar con un contrato de trabajo por lo menos de dos años de duración, lo cual impide conseguir los papeles para iniciar el negocio de acuerdo a la normativa establecida.

Adicionalmente al marco político institucional, encontramos que un factor relevante es el contexto urbano, este juega un rol fundamental en cuanto definen los límites y posibilidades de la acción y estrategias de los migrantes. Son los barrios con una morfología de casas en los que aún se mantienen ciertas dinámicas barriales, en los que los vecinos establecen relaciones de cercanía en espacios públicos, compran sus víveres básicos en el almacén del barrio; los que permiten y facilitan la instalación del comercio inmigrante que juega un rol revitalizador de estas dinámicas barriales, como reabrir negocios que estaban cerrados por jubilación de sus dueños, prácticas como el fiado y apertura en horarios extendidos al del comercio tradicional.

Los negocios de inmigrantes también juegan un rol integrador, al constituirse en espacios de encuentro cara a cara con los vecinos de toda la vida, es el espacio en el que el sujeto extraño inmigrante se hace conocido, se valida ante la sociedad autóctona por ser considerado hombres y mujeres de esfuerzo que los diferencia de la imagen creada por los medios de comunicación caracterizada por la delincuencia.

Referencias

Arias, G., Moreno, R. & Nuñez, D. (2010). Inmigración latinoamericana en Chile: analizando perfiles y patrones de localización de la comunidad peruana en el Área Metropolitana de Santiago (AMS). *Tiempo y Espacio*. 25. 2010. Recuperado el 25 de abril de 2013, del sitio Web de la Universidad del Bío-Bío:

<http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/222/Espacio/2010/INMIGRACION%20LATINOAMERICANA%20EN%20CHILE.pdf>

Bonacich, E. & Modell, J. (1980). *The economic basis of ethnic solidarity in the Japanese American community*. Berkeley, CA: University of California Press.

Bott's, E. (1957). *Family and social networks*. London: Tavistock Publication.

Denzin, N.K. (1989). *The research Act* (3° Ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior de Chile. (2010). *Informe anual de Extranjería y Migración. Gobierno de Chile*. Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior de Chile. Sección de Estudios. Recuperado el 15 de mayo de 2013, del sitio Web del Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio del Interior de Chile: <http://www.extranjeria.gov.cl/filesapp/Informe%20Estimacion%20Poblacion%20Extranjeros%202008.pdf>

Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Kloosterman, R., Van der Leun, J. & Rath, J. (1999). Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant businesses in the Netherlands. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), 253-267.

Waldinger, R. (1996). *Still the Promised City? New Immigrants and African, Americans in Postindustrial New York*. Harvard University Press, Cambridge.

Light, I. & Gold, S. (2000). *Ethnic economies*. San Diego, CA: Academic Press.

Margarit, D. (2008). La inmigración latinoamericana en l'Hospitalet de Llobregat: una mirada desde lo cotidiano. *Aportacions al voltant de la immigració estrangera a l'Hospitalet. Quaderns d'estudi L'Hospitalet de Llobregat*: Centre d'Estudis, 20, 97-140.

Martínez, U. (1999). *Pobreza, segregación y Exclusión Social. La vivienda de los inmigrantes extranjeros en España*. España: Icaria.

Martínez, U. (1997). *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. España: TROTTA.

Massey, Douglas and Felipe García-España. (1987). The Social Process of International Migration. *Science*, 237, 733-38.

Pagliarin, S. (2011). *Empresariado étnico y formación de enclaves comerciales: el papel de las redes sociales en el caso de la calle de Sant Pau en Barcelona*. Serie documental de Geo Crítica. Cuadernos Críticos de Geografía Humana. Universidad de Barcelona. España.

Pellegrino, A. (2003). *La migración internacional en América Latina y el Caribe: tendencias y perfiles de los migrantes*. Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE) - División de Población Banco Interamericano de Desarrollo (BID) .Santiago de Chile.

Portes, A. & Bach, R. L. (1985). *Latin Journey, Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

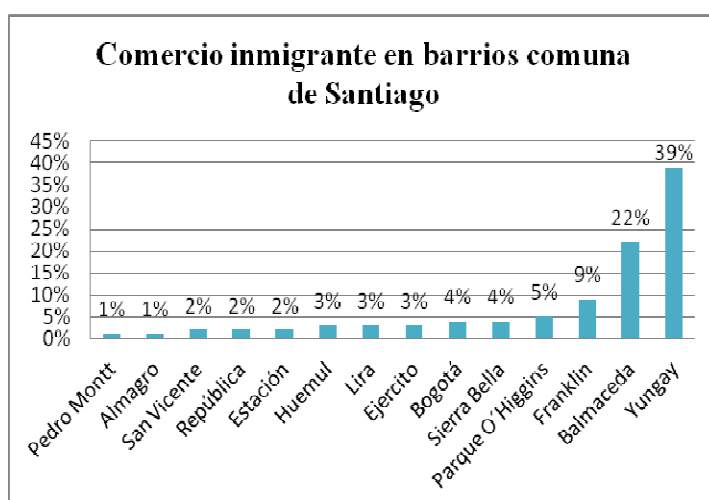
Portes, A. & Wilson, K. (1980). Immigrants enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami. *American Journal Sociology*, 86(2), 295-319.

Sandeers, J. M & Nee, V. (1987). Limits of ethnic solidarity in the enclave economy. *American Sociological Review*, 52 (6), 745-767.

Solé, C. & Parella, S. (2005). *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona, España: Fundación CIDOB (Centro de Información y Documentación Internacionales en Barcelona).

Anexos

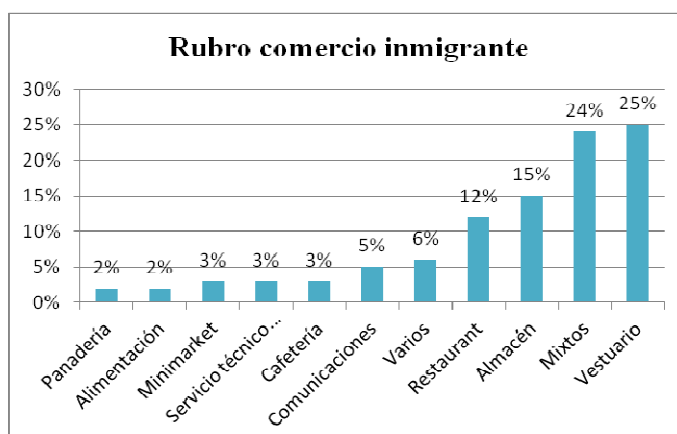
Grafico N°1 Porcentaje de comercio inmigrante por barrio en comuna de Santiago



Fuente:
datos Fondecyt, 2012.

elaboración propia a partir

Grafico N°2: Porcentaje del rubro del comercio migrante en la comuna de Santiago



Fuente: elaboración propia a partir datos Fondecyt, 2012.