

*Lluís NOLLA PICOS*

---

ANÁLISIS DEL COMERCIO ÉTNICO EN CIUTAT VELLA

*Treball Final de Carrera  
dirigit per  
Dra. Carmen RUIZ VIÑALS*

Universitat Abat Oliba CEU  
**Facultat de Ciències Socials**  
*Licenciatura en ADE*

---

2010



## **Resumen**

Este trabajo trata sobre los negocios étnicos en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona y su contribución al milagro regional. El asunto ha ganado relevancia en los últimos 20 años, a juzgar por el número de inmigrantes en Ciutat Vella. El estudio del nexo entre etnicidad y espíritu empresarial en Ciutat Vella, ha arrojado una luz tremenda sobre las dimensiones culturales de las iniciativas empresariales, incluido el papel que juega la propia identidad étnica en la búsqueda y explotación de oportunidades empresariales, y el papel de las comunidades étnicas en la prestación de soporte financiero, laboral y otras estrategias, en el contexto de su propio entorno, así como en sus relaciones con los clientes que están fuera de su propia comunidad.

## **Resum**

*Aquest treball tracta sobre els negocis ètnics al districte de Ciutat Vella de Barcelona i la seva contribució al miracle regional. L'assumpte ha guanyat rellevància en els últims 20 anys, a jutjar pel nombre d'immigrants a Ciutat Vella. L'estudi del nexe entre etnicitat i esperit empresarial a Ciutat Vella, ha llançat una llum tremenda sobre les dimensions culturals de les iniciatives empresarials, inclòs el paper que té la pròpia identitat ètnica en la recerca i explotació d'oportunitats empresarials, i el paper de les comunitats ètniques en la prestació de suport financer, laboral i altres estratègies, en el context del seu propi entorn, així com en les seves relacions amb els clients que estan fora de la seva pròpia comunitat.*

## **Abstract**

*This paper is about the ethnic business and practices in the district of Ciutat Vella in Barcelona and their contribution to the regional miracle. The subject has gained attention in recent 20 years, judging by the number of immigrants in Ciutat Vella. The study of the nexus between ethnicity and entrepreneurship in Ciutat Vella has shed tremendous light on the cultural dimensions of entrepreneurs, including the role of ethnic identity in the pursuit, and exploitation of entrepreneurial opportunities, and the role of ethnic communities in the financial support, labour and other strategies, in the context of their own environment as well as in their relations with customers outside of their own community.*

## **Palabras claves / Keywords**

Ciutat Vella - Comercios étnicos - Inmigración - Etnias - Barcelona
---



## Sumario

Introducción.....	9
<b>CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA .....</b>	<b>11</b>
1. El Distrito de Ciutat Vella .....	11
2. El Raval .....	12
3. El Gòtic.....	14
4. La Barceloneta .....	15
5. Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera.....	16
6. El distrito de Ciutat Vella en la actualidad.....	17
<b>CAPÍTULO II: EL COMERCIO ÉTNICO EN CIUTAT VELLA.....</b>	<b>23</b>
1. Limitaciones de este estudio.....	23
2. Definición de negocio étnico .....	24
3. Características sociodemográficas de la emigración en Ciutat Vella.....	27
4. Tipologías de comercios étnicos en Ciutat Vella .....	33
4.1 <i>Los colmados</i> .....	36
4.2 <i>Los locutorios</i> .....	37
4.3 <i>Las tiendas de souvenirs</i> .....	38
4.4 <i>Las tiendas mayoristas de ropa</i> .....	39
4.5 <i>Bares, restaurantes y tiendas de comida rápida</i> .....	41
4.6 <i>Las carnicerías halal</i> .....	42
5. Núcleos principales de los establecimientos étnicos en Ciutat Vella .....	44
6. Especialización comercial según el origen geográfico .....	48
7. Dimensiones de los comercios étnicos en Ciutat Vella .....	50
8. Duración de la jornada laboral .....	51
9. El aspecto familiar de los comercios étnicos .....	53
10. La tipología de clientela de los comercios étnicos.....	54
11. La antigüedad de los comercios étnicos.....	56
12. Masculinización del empresariado étnico .....	58
13. El tipo de educación de los comerciantes.....	59
14. Localización de las residencias de los comerciantes extranjeros .....	60
<b>CAPÍTULO III: EL EMPRESARIADO ÉTNICO EN CIUTAT VELLA.....</b>	<b>64</b>
1. Teorías sobre el empresariado étnico .....	64
2. Barreras de entrada al mercado laboral .....	66
3. El entorno.....	68
4. Capital requerido para la inversión inicial .....	69
5. Capital requerido para la inversión inicial .....	70
Conclusiones.....	74
Bibliografía .....	78
Anexos .....	80



## Índice de mapas

Mapa 1.1. Barrios del distrito de Ciutat Vella.....	11
Mapa 1.2. El Raval.....	14
Mapa 1.3. El Gòtic.....	15
Mapa 1.4. La Barceloneta.....	16
Mapa 1.5. Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera.....	17
Mapa 1.6. Nombre de las calles más significativas.....	18
Mapa 2.1. Rombo donde se concentra la mayoría de locutorios en Ciutat Vella.....	38
Mapa 2.2. Zona donde se concentran la mayor parte de las tiendas mayoristas de ropa en Ciutat Vella.....	40
Mapa 2.3. Zonas de mayor densidad de comercios étnicos.....	44
Mapa 2.4. Zona 1 Parc.....	45
Mapa 2.5. Zona 2 Barri Gòtic.....	45
Mapa 2.6. Zona 3 El Raval.....	46
Mapa 3.1. Sensación de inseguridad de los comercios étnicos en Ciutat Vella.....	68

## Índice de gráficos

Gráfico 2.1. Evolución del número de residentes extranjeros empadronados.....	27
Gráfico 2.2. Porcentaje por regiones del número de residentes extranjeros empadronados en Ciutat Vella en 2010.....	28
Gráfico 2.3. Porcentaje por nacionalidades del número de residentes extranjeros empadronados.....	29
Gráfico 2.4. Evolución por nacionalidades de los residentes extranjeros mayoritarios empadronados en Ciutat Vella entre los años 2006 y 2010.....	29
Gráfico 2.5. Pirámide de edad de los residentes extranjeros empadronados en Ciutat Vella en 2010.....	31
Gráfico 2.6. Evolución del número de residentes extranjeros empadronados en Barcelona en 2010.....	32
Gráfico 2.7. Tipologías más numerosas de comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004.....	34
Gráfico 2.8. Sectores más numerosos de comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004.....	34
Gráfico 2.9. Origen geográfico de los titulares de los comercios étnicos en Ciutat Vella.....	35
Gráfico 2.10. Origen geográfico de los titulares de los comercios étnicos en Ciutat Vella en 2001 y 2004 según regiones del mundo.....	35
Gráfico 2.11. Tipos de comercios de los titulares de origen indio en Ciutat Vella en 2004.....	49
Gráfico 2.12. Tipos de comercios de los titulares de origen pakistaní en Ciutat Vella en 2004.....	49
Gráfico 2.13. Tipos de comercios de los titulares de origen chino en Ciutat Vella en 2004.....	49
Gráfico 2.14. Tipos de comercios de los titulares de origen marroquí en Ciutat Vella en 2004.....	50
Gráfico 2.15. Número de empleados en los comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004.....	50
Gráfico 2.16. Superficies de los comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004.....	51
Gráfico 2.17. Porcentaje de horas de las jornadas de los comercios étnicos.....	52
Gráfico 2.18. Distribución de familiares empleados en los comercios étnicos de Ciutat Vella.....	54
Gráfico 2.19. Clientela a la que se dirigen los comercios étnicos de Ciutat Vella.....	55
Gráfico 2.20. Antigüedad de los comercios étnicos en Ciutat Vella.....	57
Gráfico 2.21. Porcentaje de hombres y mujeres en los comercios étnicos de Ciutat Vella.....	59
Gráfico 2.22. Educación de los comerciantes en Ciutat Vella.....	60

Gráfico 2.23. Porcentaje de comerciantes en Ciutat Vella que residen dentro o fuera del barrio donde se localiza su comercio .....	60
--	----

## Índice de tablas

Tabla 2.1. Tipologías más numerosas de comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004 .....	33
Tabla 2.2. Superficies de los comercios étnicos en Ciutat Vella en 2004 según el origen del titular .....	51
Tabla 2.3. Promedio de horas de las jornadas de los comercios étnicos.....	52
Tabla 2.4. Promedio de horas en los comercios étnicos según el origen del titular.....	53
Tabla 2.5. Población ocupada extranjera en 2010.....	53
Tabla 2.6. Tipos de clientela en Ciutat Vella según tipo de comercio y origen .....	56
Tabla 2.7. Número de comercios en Ciutat Vella según años de antigüedad y tipologías .....	57
Tabla 2.8. Número de comercios en Ciutat Vella según años de antigüedad y origen geográfico de los comerciantes.....	58
Tabla 2.9. Número de comercios en Ciutat Vella según años de antigüedad y origen geográfico de los comerciantes.....	61
Tabla 3.1. Educación de los comerciantes en Ciutat Vella.....	67
Tabla 3.2. Población activa en Ciutat Vella.....	67

## Índice de fotografías

Fotografía 1.1. Fotografía de la calle Hospital .....	19
---	----

## Introducción

El Distrito de Ciutat Vella está formado por cuatro barrios: «La Barceloneta», «El Barri Gòtic», «El Raval», y «Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera», conocido también como «Casc Antic» o «Parc», amplios y bien demarcados por la «Vía Layetana» y «Las Ramblas».

Ciutat Vella es el centro histórico de la ciudad condal y uno de los diez distritos que actualmente conforman el área metropolitana de la ciudad de Barcelona. Durante 19 siglos fue el centro político, industrial, comercial y financiero de la ciudad, hasta que en 1859 se derribaran las murallas medievales. Con la nueva dimensión urbana que adquirió la ciudad tras la construcción de «L'Eixample» -distrito más poblado de España en la actualidad- en 1860, a cargo del arquitecto Ildefonso Cerdá, Ciutat Vella entró en un imparable proceso de degradación progresiva.

El distrito destaca por haber acogido buena parte de la población inmigrada de la ciudad condal, así, alberga el mayor porcentaje de los residentes de nacionalidad pakistaní, marroquí, dominicana y filipina. También destaca por ser uno de los distritos con el precio de la vivienda más bajo de Barcelona (3.975 euros/m<sup>2</sup>)<sup>1</sup> y por los graves problemas que azotan el distrito (infraestructuras, deterioro de la vivienda -el 70 por ciento construidas antes del s. XIX-, equipamientos, asentamiento de actividades marginales y precarias -drogadicción, prostitución, delincuencia-, problemas de movilidad y accesibilidad, seguridad, contaminación acústica y bolsas de marginalidad social), sólo por nombrar algunos. Sin embargo, en Ciutat Vella han proliferado iniciativas empresariales a cargo de extranjeros, que han transformado económicamente el distrito, sobre todo en los últimos 20 años.

El fenómeno de los negocios étnicos en Ciutat Vella, por lo tanto, ya no resulta anómalo, pero se ha vuelto de gran complejidad. El autoempleo de la población inmigrada y la proliferación de negocios étnicos es un fenómeno incipiente, muy propicio cuando el 24 por ciento de los residentes del distrito están en edad de jubilación y los indicadores socioeconómicos presentan elevados índices de paro en la zona. Esto evidencia la capacidad de la población inmigrada de construir una fuente de empleo y riqueza, a pesar del proceso de movilización de la población autóctona y de la degradación progresiva del distrito, que se inició en el s. XIX con la

---

<sup>1</sup> *El precio de la vivienda de segunda mano en ciudad de Barcelona cae en un 2%*, ABC edición on-line, Barcelona, junio, 2010.

construcción de L'Eixample.

# CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

## 1. El Distrito de Ciutat Vella

Barcelona se divide administrativamente en 10 distritos, que están dirigidos por un gerente nombrado por Alcaldía. Los distritos funcionan como un ente político con competencias propias -urbanismo, vía pública, mantenimiento de infraestructuras, servicios personales, población, etc.-, que ayudan a descentralizar la política de la ciudad.

La división territorial de los distritos de la ciudad responde a cuestiones históricas. La mayor parte de los distritos corresponden a antiguos municipios independientes que fueron anexionados a la ciudad durante los siglos XIX y XX, y que todavía conservan su propia personalidad.

**Mapa 1.1 BARRIOS DEL DISTRITO DE CIUTAT VELLA**



*Fuente: Web del Ayuntamiento de Barcelona, 2010.*

Ciutat Vella es el centro histórico de la ciudad, y limita al oeste con el distrito de L'Eixample, al este con el mar Mediterráneo, al norte con el distrito de Sant Martí y al sur con el distrito de Sants-Montjuïc. Ocupa 449,4 hectáreas, y tiene una población

inmigrada de 40.952 habitantes, que corresponden al 15,7 por ciento de los habitantes de Ciutat Vella<sup>2</sup>.

Ciutat Vella está rodeada por las antiguas murallas de la ciudad que fueron derrumbadas entre 1854 y 1868. La avenida del Paral·lel, las rondas, la calle de Pelai, el paseo de Lluís Companys y el parque de la Ciutadella marcan el recorrido de las mismas.

Actualmente, como podemos observar en el mapa (ver mapa 1.1), está configurada por cuatro barrios. En el sur nos encontramos con el barrio de la Barceloneta, creada en la primera mitad del siglo XVIII, con el pretexto de realojar a los desplazados de la Ribera cuando Ciutadella fue construida. Al oeste está el barrio del Raval, en el centro el barri Gòtic, y al oeste tenemos el barrio del Parc.

## 2. El Raval

*El «Barrio Chino»* fue el nombre popular con el que se identificó la zona durante la mayor parte del siglo XX. Con este apelativo se atribuyeron al lugar las imágenes propias de los llamados «*Chinatowns*» de origen americano y se señaló como el lugar de Barcelona en donde localizar las actividades ilegales. Su proximidad al puerto y a las actividades portuarias favoreció el desarrollo de los negocios relacionados con las personas de paso, como pensiones y hostales baratos.

La zona fue, hasta el siglo XVIII, un extrarradio separado de la estructura urbana, primero como arrabal o zona fuera de los muros de la ciudad antigua, para posteriormente evolucionar como una zona de huertos y conventos.

El primer núcleo de población en el Raval data de finales del siglo XIX, donde entorno al monasterio de Sant Pere del Camp, hubo una pequeña villa medieval, en la cual predominaron campos de tierras para cultivar hasta el siglo XIV.

El Raval tenía la extensión de terreno suficiente para prever la subsistencia de los habitantes de Barcelona en tiempo de guerras y asedios. Además, también fue concebido como un lugar para localizar fuera del núcleo urbano aquellos establecimientos, servicios y actividades más molestas o poco recomendables.

Durante el siglo XV y principios del XVI, debido a las dificultades económicas -el Atlántico atraía la mayor parte del comercio marítimo-, políticas -Barcelona quedó

---

<sup>2</sup> Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

arruinada después de la guerra contra Juan II- y sociales -las pestes y epidemias mataron a mucha gente-, el Raval quedó relegado a ser una zona agrícola.

Posteriormente, y hasta la desamortización de Mendizábal en 1837, el Raval se convirtió en una zona de conventos. La gran cantidad de suelo edificable, atrajo a una gran cantidad de órdenes religiosas en el marco de la Contrareforma impulsada por el Concilio de Trento (1543-1563).

En el siglo XVIII, las primeras industrias empezaron a instalarse entre los huertos, conventos y casas gremiales. La prohibición, en el año 1718, de importar tejidos estampados, facilitó la aparición de la industria manufacturera en la zona.

Esto favoreció la creación de nuevas calles con fábricas y viviendas para los trabajadores durante la segunda mitad del siglo XVIII. Durante la crisis agrícola de 1765-1766, se empezaron a subdividir viviendas en alquiler y casas gremiales, aprovechando hasta el último metro cuadrado edificable, para alojar a la gran cantidad de campesinos que huían del hambre en el campo. De esta forma, el Raval llegó a ser el barrio más denso de Europa.

A partir del siglo XIX pasó a convertirse en una zona en la que se instalaron fábricas y viviendas obreras al lado de las mismas. En 1829, en el Raval habían 74 comercios textiles, 2.443 telares y 657 máquinas de hilar. Los obreros trabajaban un promedio de doce horas -desde las cinco de la mañana hasta las ocho de la noche-, con unos sueldos muy bajos. Así, las largas jornadas laborales, los bajos sueldos, la persecución de las asociaciones obreras, y una serie de graves epidemias de cólera, provocaron revueltas obreras, que llevaron a tomar la decisión de derribar las murallas de la ciudad.

De esta forma, se pretendía expandir la industria y la urbe en un ambiente mucho más salubre y fácil de controlar, ya que el movimiento obrero empezaba a organizarse.

En la primera parte del siglo XX fue un barrio obrero y revolucionario, a la vez que un barrio de escapada y de diversión popular. Después de la guerra civil española y hasta los años 60' y 70', pasó a convertirse también en un importante punto de recepción de la inmigración nacional que llegaba a la ciudad de Barcelona. Con la llegada de la inmigración, fueron muchos los empresarios que se fueron del barrio, tantos, que el Raval quedó relegado a ser un barrio residencial obrero.

A inicios de los años 90', pasaron a convertirse en principales preocupaciones la inseguridad ciudadana -generada en parte por la misma droga y la prostitución-, y el aumento paulatino de inmigrantes de origen extranjero.

Finalmente, el aislamiento social y urbanístico del lugar, han hecho del Raval un barrio donde residen las clases más bajas, entre las cuales los inmigrantes empiezan ya a destacar.



*Fuente: Web del Ayuntamiento de  
Barcelona, 2010.*

### **3. El Gòtic**

El Barri Gòtic es el núcleo urbano más antiguo de la ciudad condal y su centro histórico. En este barrio, encontramos la mayoría de edificios y calles con más importancia histórica de la ciudad: el Palau de la Generalitat, el Ayuntamiento, la Catedral y el Palau Reial.

El barrio está formado a su vez por diferentes barrios históricos que conservan su propia personalidad: «El Call», «Sant Just i Pastor», «Santa Maria del Pi», «La Catedral», «Santa Anna», «La Mercè» y «El Palau».

El Barri Gòtic está situado entre las Ramblas y la Vía Laietana, con la Plaza Catalunya cruzando por arriba y el puerto por abajo.

La estructura del barrio estaba intacta, hasta que en el siglo XIX, la morfología interna del barrio cambió drásticamente, debido a la gran densidad de población que acogió el barrio.

El barrio, especializado en el sector terciario, se ha convertido en el centro de comercio más importante de Barcelona y de Cataluña.

---

**Mapa 1.3 EL GÒTIC**

---



---

*Fuente: Web del Ayuntamiento de Barcelona, 2010.*

#### **4. La Barceloneta**

En 1474 se construyó el espigón del puerto, lo que generó una sedimentación de la tierra y permitió que se ganara el suficiente terreno al mar para el asentamiento del barrio. Consiguiendo así una respetable superficie de forma triangular de 71 hectáreas.

Más tarde, a mediados del siglo XVIII, se determinó la creación del Barrio de la Playa, con la finalidad de acabar con la escasez de viviendas que había en la Barcelona amurallada, y poder así alojar a toda la población que había perdido su casa con motivo de la construcción de las casas de la Ribera.

Hasta la mitad del siglo XIX, la actividad económica principal de los habitantes de la Barceloneta estaban ligadas al mar. Actividades portuarias como por ejemplo, la pesca y la construcción de barcos de vela. Además, la cercanía del puerto facilitaba la carga y descarga de maquinaria y de materias primas.

A mediados del siglo XIX, La Barceloneta, ya era la segunda población metalúrgica de Catalunya después de Barcelona. Sin embargo, debido al aumento de la competencia, durante los años 20', se produjo un proceso progresivo de

desaparición de las grandes industrias del barrio. Y las pocas empresas que sobrevivieron fueron objeto de colectivizaciones durante la guerra civil.

A mediados del siglo XX nacieron nuevas industrias en el barrio, sobretodo pequeñas fábricas y talleres de carpintería, confección, joyería y relojería. El resultado fue la conversión de las grandes industrias en pequeños talleres donde se desarrollaban especialidades mucho más diversas que hasta entonces.



*Fuente: Web del Ayuntamiento de  
Barcelona, 2010.*

## **5. Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera**

Sant Pere y Santa Caterina mantienen aún la típica estructura medieval de calles estrechas y entrelazadas. Históricamente la actividad principal del barrio era el trabajo textil. El barrio de la Ribera se encuentra en el sur, cerca del mar.

Los tres barrios se configuraron cuando Barcelona necesitó expandirse, lo que creó una gran demanda de mano de obra y vivienda. Así, las edificaciones medievales fueron sustituidas durante la segunda mitad del siglo XVIII.

El derribo de las murallas y la construcción de L'Eixample provocaron la proletarización del barrio durante el siglo XIX. Lo que provocó un aumento demográfico del barrio de tal magnitud, que la gente poco a poco se fue trasladando al Raval o fuera de las murallas.

La creación de L'Eixample, sustituyó a los antiguos habitantes de núcleo antiguo que pertenecían a clases acomodadas, por inmigrantes que ocupaban las viviendas más deterioradas, lo que provocó un descenso de las condiciones de vida e higiénicas del barrio.

En el año 1835, la calle de la Princesa, fue construida para oxigenar el barrio, de tal forma que Sant Pere y Santa Caterina quedaron totalmente separados.

A principios del siglo XX se construyó la Via Laietana, lo que conllevó, que 2.200 viviendas fueran derribadas y más de 80 calles desaparecieran del mapa. Esto provocó el fraccionamiento del centro histórico en dos mitades: por un lado el Barri Gòtic, y por el otro los barrios de Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera.

En la actualidad, la Ribera se ha redescubierto como una zona de ocio nocturno, complementada con galerías de arte y anticuarios que se encuentran en la calle de Montcada.

---

**Mapa 1.5 SANT PERE, SANTA CATERINA Y LA RIBERA**

---



---

*Fuente: Web del Ayuntamiento de Barcelona, 2010.*

## **6. El distrito de Ciutat Vella en la actualidad**

Durante los años 90', en Barcelona hubo una crisis de los comercios minoristas, también llamada «crisis del pequeño comercio», que obligó a cerrar, entre 1995 y 2001, a 665 de estos pequeños comercios<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Especialmente afectó al sector de la alimentación y del tabaco. CARRERAS I VERDAGUER, C. *Atlas comercial de Barcelona*, Ajuntament de Barcelona y Cambra de Comerç de Barcelona, Barcelona, 2003, pp. 64.



tendencia del comercio en el barrio era la de cerrar sus puertas debido a lo que se ha denominado «crisis del pequeño comercio», fundamentada, según los propios comerciantes, en la competencia de las grandes superficies, la disminución de la población con mayor poder adquisitivo, el incremento constante de impuestos y la falta de relevo generacional»<sup>5</sup>.

---

**Fotografía 1.1 FOTOGRAFÍA DE LA CALLE HOSPITAL**



Fotografía del autor

De esta forma, en Ciutat Vella los locales vacíos de los comerciantes autóctonos que han ido cerrando, se han ido sustituyendo progresivamente por otros espacios comerciales promovidos por inmigrantes. En el mismo sentido, el Ayuntamiento de Barcelona, también reconoce<sup>6</sup> la riqueza que supone el comercio étnico en el distrito central de la ciudad. Esta institución mantiene, que el Raval es una de las zonas que más han mejorado en los últimos años. Y de esta forma, Ciutat Vella se ha constituido como la zona de Barcelona con la concentración más alta de ejes comerciales<sup>7</sup>.

Sin embargo para otros, el predominio del comercio étnico en determinadas zonas de Ciutat Vella no constituye una buena noticia, sino que lo ven como un factor negativo por tratarse de comercios de baja calidad y de una tipología muy repetitiva.

---

5 SOLÉ I AUBIA, M., RODRÍGUEZ ROCA, J. *Pakistaníes en España: un estudio basado en el colectivo de la ciudad de Barcelona*, Revista CIDOB d'Afers Internacionals, Fundació CIDOB, n.º 68, Barcelona, 2004, pp. 111-112.

6 [www.bcn.es](http://www.bcn.es)

7 Un eje comercial es una federación de asociaciones de comerciantes que se constituyen para promover el comercio en su barrio. SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006, pp. 56.

Así, lo que para unos puede ser una revitalización comercial y del tejido urbano y social, para otros es justamente lo contrario: el predominio de actividades marginales, de baja calidad y de estética deficiente.

Además, por parte de la población autóctona, existen una serie de perjuicios: que los inmigrantes les van a quitar los puestos de trabajo; que hacen competencia desleal; que incumplen los horarios; que son las mafias extranjeras las que compran los locales para blanquear dinero; que provocan la guetización del barrio; que sus tiendas son de baja calidad y de mal gusto; que las tipologías son muy repetitivas; que no pagan impuestos; que actúan sin licencias de apertura; que no contratan empleados y que son locales insalubres.

Estos son los prejuicios más comunes que escuchamos por parte de los medios de comunicación y la población autóctona. Sin embargo, 40 años antes de la llegada de los inmigrantes, Ciutat Vella era un gueto con una fuerte presencia de prostitución y de delincuencia que provocó la pérdida demográfica del distrito.

Así, a principios de los 90', sin apenas inmigrantes extranjeros, la pérdida de población, la competencia de las grandes superficies y la falta de relevo generacional, dio lugar a la crisis del comercio minorista, que facilitó la llegada de estos inmigrantes, a partir de la segunda mitad de los 90'.

Esto ha supuesto un impulso económico en el distrito, y la creación de más de 300 locales dirigidos por emprendedores extranjeros. Además, tal y como ha señalado Carrasco Carpio, los inmigrantes también crean puestos de trabajo<sup>8</sup>. De esta forma, la generación de nuevos empleos ha estimulado la oferta de trabajo en el distrito. Y adicionalmente, esto ha permitido a otros inmigrantes y autóctonos volver a abrir pequeños negocios, y por tanto, crear riqueza.

De esta forma, la verdadera mala imagen, la dan la pequeña proporción de inmigrantes extranjeros que se dedican a prácticas ilegales, como pueden ser; la venta ambulante<sup>9</sup>, la confección de ropa en talleres textiles ilegales o la utilización fraudulenta de sus licencias comerciales<sup>10</sup>.

---

8 CARRASCO CARPIO, C. *Mercados de trabajo: los Inmigrantes económicos*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría General de Asuntos Sociales, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (Imsero), Madrid, 1999, pp. 34.

9 *Precintan una pensión ilegal que servía de almacén a 'lateros'*, Europapress edición on-line, Barcelona, junio 2010.

10 CASTELLS, E. *Unas 2.000 tiendas están regentadas por inmigrantes de un total de 36.000*. La Vanguardia edición on-line, abril, 2007.





## CAPÍTULO II: EL COMERCIO ÉTNICO EN CIUTAT VELLA

### 1. Limitaciones de este estudio

Cabe objetar que somos conscientes de que el distrito de Ciutat Vella es una unidad de análisis muy grande y heterogénea, de hecho, los inmigrantes están presentes en zonas discontinuas, pero en la práctica, necesitaremos manipular varios tipos de datos como un todo, y en la medida de lo posible, buscaremos obtener una visión más precisa y sutil de la realidad y de los rumbos que está tomando el distrito en la actualidad.

Hemos intentado utilizar fuentes objetivas y fácilmente accesibles para identificar los comercios extranjeros en este estudio. El departamento de IAE del distrito de Ciutat Vella, Infopime<sup>11</sup> y Páginas Amarillas<sup>12</sup>, contienen bases de datos con el nombre, el tipo de actividad y la localización de las empresas por distritos o zonas postales.

Sin embargo, en la práctica resulta imposible obtener resultados sobre los establecimientos, pues ninguna información distingue entre los establecimientos extranjeros y autóctonos. Es decir, no se puede ofrecer información acerca de la nacionalidad de los titulares de las empresas o de los profesionales, pues se trataría de un delito, al ser un dato confidencial amparado por la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal.

Otro inconveniente es que una misma empresa puede haberse dado de alta en varios epígrafes del IAE, y por lo tanto, haber declarado varias actividades. También puede suceder el caso contrario, hay muchos comercios que cesan su actividad y no se dan de baja en el IAE. En otros casos, como la normativa, desde 2003, no obliga a darse de alta en el IAE si la cifra de negocios no alcanza un importe neto de 1.000.000 de euros, no hay constancia de esas empresas.

En este sentido, los servicios online tampoco son fiables, pues algunos autores como Serra, detectaron más establecimientos en el trabajo de campo de los que se citaban entonces en las Páginas Amarillas<sup>13</sup>.

El Ayuntamiento tampoco tiene datos oficiales sobre el número de tiendas de

---

11 [www.infopime.bcn.es](http://www.infopime.bcn.es)

12 [www.paginasamarillas.es](http://www.paginasamarillas.es)

13 SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006, pp. 70.

inmigrados que hay en la ciudad. Fuentes del Departament de Comerç<sup>14</sup> explican que cuando se otorga una licencia de actividad comercial para abrir un comercio no se pregunta la nacionalidad del titular.

Dadas las limitaciones de Camerdata<sup>15</sup>, Infopime y Páginas Amarillas, decidí prescindir de esas fuentes de información, y en cambio, utilizar un trabajo de campo realizado por Serra y sus colaboradores entre mayo y noviembre de 2004, sobre los comercios étnicos, basado en 250 encuestas, y en el que se censaron 306 comercios y se obtuvieron datos en 215 de ellos. Tarea que escapaba de las posibilidades de mi investigación.

A pesar de la distancia temporal de este estudio, hay evidencias que apuntan a que el número de locales se ha mantenido invariable durante este tiempo, puesto que en 2005 el Ayuntamiento de Barcelona aprobó una ordenanza municipal, de la que hablaremos más adelante, que puso coto a la creación y ampliación de los establecimientos y concesión de licencias en Ciutat Vella. Además, la población extranjera que reside en el distrito, como hemos podido comprobar, es prácticamente idéntica a la de entonces. Por lo que el número de comercios se ha mantenido prácticamente invariable, y por lo tanto, dicho estudio todavía nos es útil.

Paralelamente, pude obtener del Departament d'Estadística de L'Ajuntament de Barcelona, y del IDESCAT<sup>16</sup>, información adicional acerca de la población extranjera en Ciutat Vella en 2010. Así, utilizando herramientas de la hoja de cálculo de Microsoft Excel, hemos obtenido una serie de gráficas y tablas de datos sobre las comunidades extranjeras en Ciutat Vella. Con estos pasos ha sido posible realizar una gran parte de este trabajo.

## **2. Definición de negocio étnico**

Para poder definir qué es un negocio étnico, debemos tener presente la definición de grupo étnico. Numerosas definiciones de grupo étnico han sido sugeridas. Así, de acuerdo con Zamora, un grupo étnico «hace referencia al conjunto de individuos que comparten una cultura, algunos de cuyos rasgos son utilizados como signos diacríticos de pertenencia y adscripción, y cuyos miembros se sienten unidos

---

14 CASTELLS, E. *Unas 2.000 tiendas están regentadas por inmigrantes de un total de 36.000*. La Vanguardia edición on-line, abril, 2007.

15 [www.camerdata.es](http://www.camerdata.es)

16 Institut d'Estadística de Catalunya.

mediante una consciencia de singularidad históricamente generada»<sup>17</sup>.

San Román define a un grupo étnico como:

Un conjunto de hombres y mujeres que comparten una historia actualizada de comunidad cultural y de identidad compartida. Es un pueblo, localizado territorialmente o no, con fronteras o a través de ellas, delimitado por un Estado, o integrado en ese Estado junto a otros pueblos, o dividido entre varios Estados<sup>18</sup>.

Y por poner un último ejemplo, Pujadas define a etnia o grupo étnico como

Un grupo de personas que comparte ciertos rasgos comunes de tipo cultural, como: lengua, religión, costumbres e instituciones, o bien de tipo físico o racial. El elemento básico en la identificación de las etnias, consiste en el hecho de que, dentro de las relaciones de interacción entre grupos humanos cada etnia (grupo étnico o minoría étnica) se clasifica y es clasificado por los demás aparte y de forma diferenciada<sup>19</sup>.

Una vez tenemos una idea formada de lo que es un grupo étnico o una etnia, podemos pasar a definir qué es un comercio étnico. En este sentido, Buckley Iglesias define comercio étnico como aquéllas:

Actividades comerciales gestionadas por los inmigrantes extranjeros que se dedican a satisfacer una serie de 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 remesas, asesoramiento jurídico, aprendizaje de la lengua); y las que aparecen como consecuencia de su penetración en algunas ramas de la actividad económica (la construcción, la venta al por mayor de productos de importación que abastece a la venta ambulante, por ejemplo)<sup>20</sup>.

Light y Gold hablan de «economía étnica de propiedad», la cual definen como «cualquier grupo étnico o grupo de inmigrantes por cuenta propia, sus empleadores, sus empleados coétnicos, y sus trabajadores familiares no remunerados»<sup>21</sup>.

Para concluir este punto, y en concordancia con estos autores, consideraremos que

---

17 ZAMORA, E., *Grupo étnico*, AGUIRRE BAZTÁN, A. (ed.), Diccionario Temático de Antropología, Boixeres, Barcelona, 1993, pp. 347-350.

18 SAN ROMÁN, T. *Entre la marginación y el racismo. Reflexiones sobre la vida de los gitanos*, Alianza Universidad, Madrid, 1994, pp. 178.

19 PUJADAS J.J. Etnicidad. *Identidad cultural de los pueblos*, Eudema, Madrid, 1993, pp. 85.

20 BUCKLEY IGLESIAS, M. *Inmigración y comercio en Madrid*, Nuevos negocios para nuevas gentes, en Anales de Geografía de la Universidad Complutense, n.º 18, Madrid, 1988, pp. 285.

21 La traducción es nuestra. LIGHT, I., GOLD, S. *Ethnic Economies*, Academic Press, San Diego, 2000, pp. 3.

el concepto de comercio étnico incluye, primeramente el concepto de empresariado. Así, los empresarios son aquellas personas que realizan actos de comercio, dueñas de los medios de producción, incluyendo capital, trabajo y mercancías, y que asumen el riesgo de ponerlos en juego con el objetivo de extraer beneficios a partir de los productos que ofrecen. Sus actividades persiguen la obtención de beneficios, el crecimiento de la riqueza, y se encuentran inmersas en la economía de mercado, independientemente de su grado de innovación y de su tamaño. En el contexto étnico, la actividad empresarial se caracteriza por la pequeña y mediana empresa; de hecho, como veremos, el trabajo autónomo individual, sin asalariados, es la forma más habitual.

En segundo lugar, el empresariado étnico, en un sentido amplio, acoge a cualquier tipo de actividad económica dirigida hacia los nichos económicos étnicos, es decir, aquéllos sectores económicos donde la propiedad de sus empresas y locales comerciales y la fuerza de trabajo, estén en gran parte controlada por los mismos grupos étnicos. Y los que disponen de recursos y de estrategias distintivas a la hora de solucionar los problemas que tienen que ver con su negocio y que permiten diferenciarlos del resto.

Además, el adjetivo de «étnico», implica aquellas actividades comerciales, llevadas a cabo por el empresariado étnico de origen extranjero, que tienen lugar en locales comerciales. Pues de lo contrario, sería imposible contabilizar las actividades de prestación de servicios fuera de los mismos. Por lo tanto, no se considerarán comercios étnicos en este trabajo, aquellos que se dediquen a la prestación de servicios tales como el reparto de bombonas de butano, la venta ambulante, empleados de hostelería autóctona, taxistas, o el trabajo doméstico, que explica buena parte de la inmigración filipina.

En este sentido, los comercios étnicos no son sólo diferentes por el simple hecho de que los regenten inmigrantes o miembros de minorías étnicas, sino porque la administración, los empleados, la clientela, y los productos y servicios que ofrecen, son significativamente distintos de los autóctonos. Además se suelen caracterizan por tener unas reducidas dimensiones, una larga jornada de trabajo y por la presencia de familiares empleados y de otros empleados coétnicos.

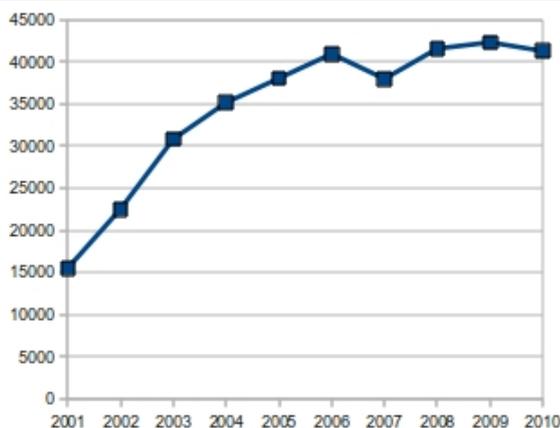
Finalmente, atenderemos al «origen geográfico» y no a la «nacionalidad» de los titulares de los negocios, para informarnos sobre su «etnicidad», puesto que muchos de los comerciantes étnicos disponen de «nacionalidad» española, o de la

nacionalidad de otros países europeos.

### 3. Características sociodemográficas de la emigración en Ciutat Vella

Según el informe estadístico «La población extranjera en Barcelona», el 1 de enero de 2010, la población extranjera en Ciutat Vella era de 41.281 personas, el 14,5% del total de la población extranjera residente en la ciudad de Barcelona. Esto representa una reducción de 10.286 extranjeros, un 3,5% menos, respecto al año anterior.

**Gráfico 2.1** EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE RESIDENTES EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA



*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

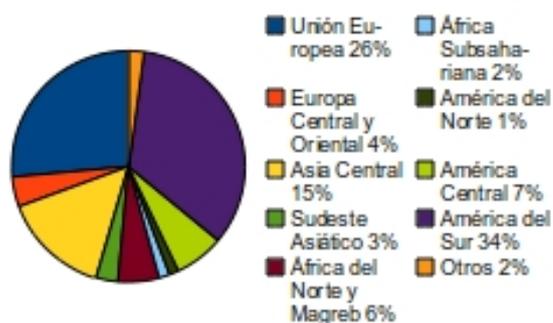
Observamos en el gráfico 2.1, que se mantiene un importante cambio de tendencia que ha durado cuatro años, respecto a la población extranjera en el distrito. Así, se ha roto con la evolución creciente de los últimos 10 años, y las cifras son prácticamente iguales a las de 2006. Las cifras globales en la ciudad de Barcelona también son muy parecidas.

Según el primer teniente de alcalde Carles Martí, esta reducción indica que «nos encontramos al final de una etapa que podemos llamar la década de acogida para empezar otra que es la década de la integración». Martí ha atribuido la estabilización de la población extranjera sobre todo a dos causas: «por un lado a la reducción en la

entrada de población extranjera a raíz de la crisis económica y de la otra, a los mayores controles y la cooperación con los países de origen»<sup>22</sup>.

En cuanto al lugar de procedencia, el 34% de los extranjeros residentes en Ciutat Vella son latinoamericanos, un 26% de la Unión Europea de los 25, un 18% de Asia, un 6% de África, y un 2% del resto del mundo.

**Gráfico 2.2** PORCENTAJE DEL NÚMERO DE RESIDENTES EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA EN 2010



*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

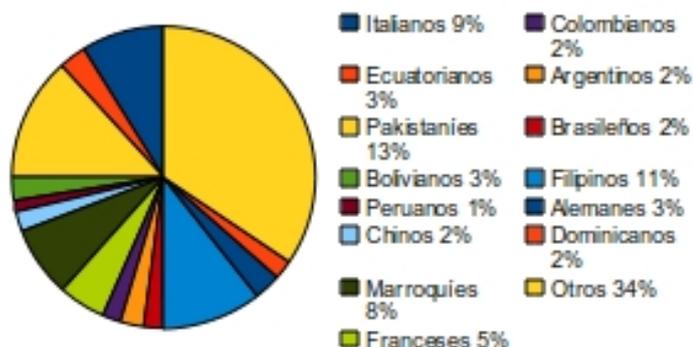
Respecto a las nacionalidades, se puede destacar en primer lugar, la heterogeneidad de su procedencia. La nacionalidad más numerosa en Ciutat Vella son los pakistaníes con 5.594 personas. Después vienen los filipinos, con 4.521 personas. Seguidos de los italianos con 3.737 personas. Aquí hay que destacar, que el 48% de estos italianos son de origen latinoamericano, sobre todo de Argentina, Uruguay y Brasil. Cabe señalar por lo tanto, la especificidad del colectivo argentino. Dados los vínculos históricos de este país con España e Italia, se da la particularidad de que muchos de los inmigrantes argentinos poseen la doble nacionalidad, argentina y española o argentina e italiana, lo que les convierte automáticamente en ciudadanos de la comunidad europea, y por tanto con libre acceso al territorio de la Unión Europea. Finalmente, “los italianos” son seguidos bien de cerca por los marroquíes, con 3.198 personas de esa nacionalidad.

Durante el 2009 destaca el aumento de los italianos 16%, filipinos 7%, chinos 7% y alemanes 6%, mientras que el resto de las nacionalidades se mantienen o bajan respecto el año anterior. En cuanto a las nacionalidades que más han disminuido,

<sup>22</sup> La población extranjera en Barcelona disminuye por primera vez en 10 años, La Vanguardia edición on-line, Barcelona, Abril 2010.

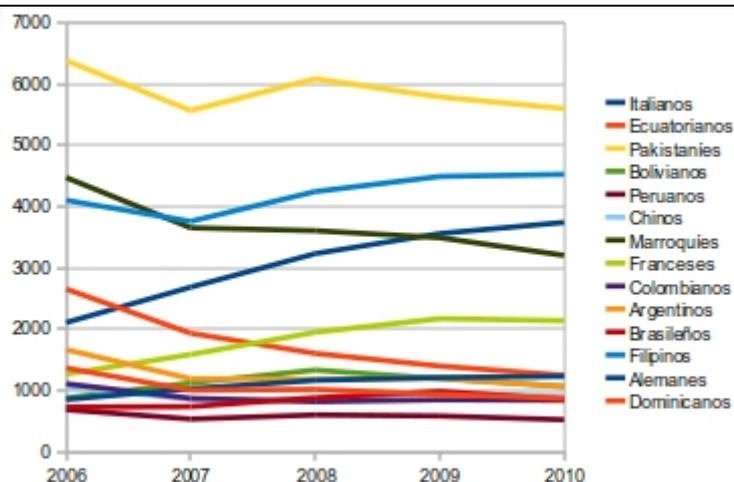
cabe destacar la ecuatoriana 22%, la dominicana 15%, la brasileña 3% y la boliviana 2%, entre otras (ver gráficos 2.3 y 2.4). La escasa oferta de empleo puede ayudarnos a comprender el descenso de estos grupos.

**Gráfico 2.3** PORCENTAJE DEL NÚMERO DE RESIDENTES EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA EN 2010



Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

**Gráfico 2.4** EVOLUCIÓN POR NACIONALIDADES DE LOS RESIDENTES EXTRANJEROS MAYORITARIOS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA ENTRE LOS AÑOS 2006 Y 2010



Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

Pero, ¿cómo explicamos los casos de Pakistán y Filipinas? ¿Por qué han aumentado tanto, y en el caso de Filipinas, siguen aumentando el número de inmigrantes de esta nacionalidad?

Podríamos hablar de dos causas principales. Una de ellas es el nuevo «efecto llamada» que han provocado los comercios étnicos, esto es, cuando llegan unos inmigrantes de una nacionalidad determinada y comprueban que hay nichos de mercado, se ponen en contacto con otras personas, que en general suelen ser familiares o conocidos, animándolos a venir.

El segundo factor es la reagrupación familiar. Contemplada en el artículo 17 de la Ley Orgánica 8/2000 de la Ley de inmigración, que ofreció a las familias la posibilidad de reagruparse en nuestro país. En este sentido, el inmigrante puede reclamar la reunificación familiar cuando ha residido legalmente en España durante un año y tiene autorizada la estancia durante al menos otro año más, dispone de un alojamiento adecuado y puede demostrar que tiene medios de subsistencia suficientes.

El perfil de los residentes extranjeros de Ciutat Vella es el siguiente: el 52,5% son hombres y el 47,5% mujeres. Además, se trata de una población joven con una media de edad de 31,9 años.

Los grupos con un índice de masculinidad más acusado son los de Asia Central (73%) y África subsahariana (72%). En cambio, el grupo con una presencia femenina mayor es el de América Central, donde el 57% son mujeres.

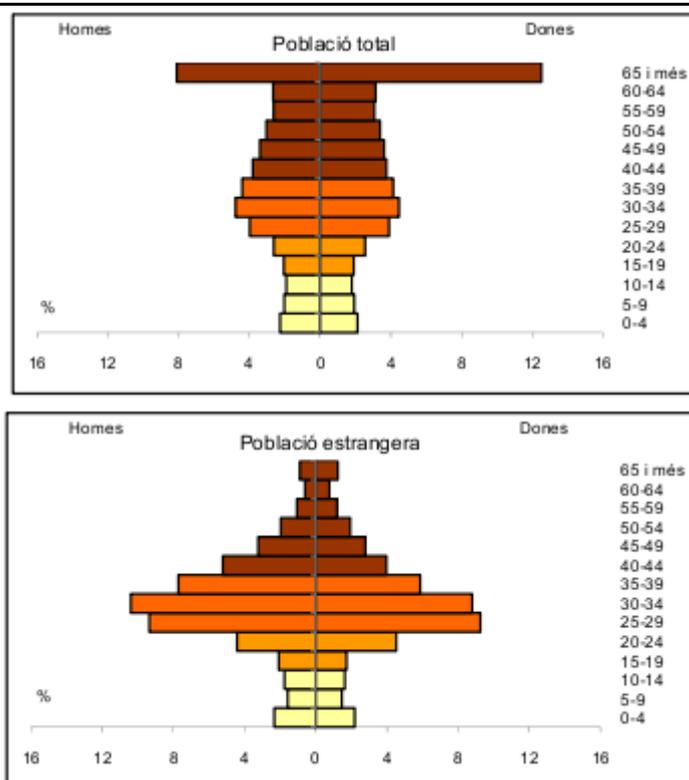
Se trata pues de una población joven. Por grupos de edad, la mitad pertenecen al grupo de 25 a 39 años. Sólo el 2,1% de los residentes de origen inmigrante tiene más de 65 años. En el conjunto del distrito, la población de más de 65 años es el 21% del total.

Observamos que uno de los efectos inmediatos de este fenómeno ha sido el rejuvenecimiento de la estructura de edad del distrito, dado que la emigración la protagonizan esencialmente jóvenes y adultos jóvenes. Así, si la edad media de la población de Ciutat Vella en 1996 era de 35,8 años, en 2010 ha pasado a ser de 31,9 años. Se ha de notar, no obstante, que entre la población autóctona el proceso de envejecimiento ha continuado aumentando.

Como consecuencia del proceso migratorio, durante los últimos 10 años se ha producido un gran cambio sociodemográfico que ha modificado radicalmente el paisaje social, económico y cultural de Ciutat Vella. Durante el 2009, se ha producido un importante cambio en la tendencia de la evolución de la población

extranjera. En los últimos 10 años, la población extranjera ha pasado de 15.513 residentes extranjeros en el año 2001 a 41.281 en 2010.

**Gráfico 2.5** PIRÁMIDE DE EDAD DE LOS RESIDENTES EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA EN 2010



*Fuente: Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

Esta evolución creciente se ha detenido tanto en Ciutat Vella como en Barcelona, en este sentido, las gráficas de evolución del número de residentes empadronados en Ciutat Vella y en Barcelona son prácticamente idénticas, y muestran un estancamiento de este proceso. Así, el número de residentes extranjeros empadronados en Barcelona ha disminuido durante el año 2009 en 10.286 personas, 1.037 de las cuales en Ciutat Vella, un 3,5% menos respecto al año anterior. Esta es la disminución más importante de Barcelona de los últimos 10 años.

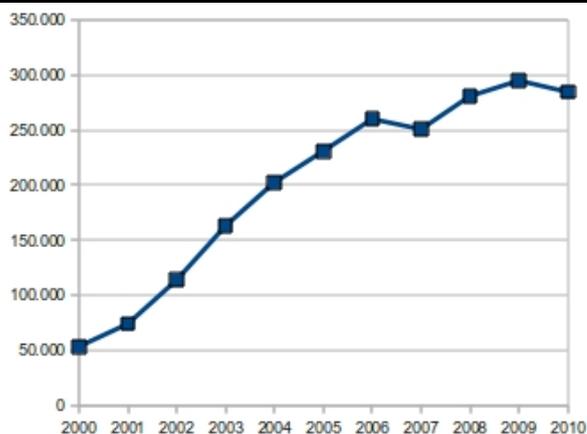
En cuanto a los distritos de Barcelona, se confirma el reparto gradual de la población extranjera entre todos los distritos de la ciudad. L'Eixample se consolida con el volumen más alto de residentes en números absolutos con 46.823, el 16,5%, seguido de Ciutat Vella con el 14,5%, Sants Montjuïc con el 12,3% y San Martí, con el 12,3%.

Ciutat Vella ha pasado de tener el 21% de todos los residentes extranjeros en el año 2001 al 14,5% en el 2010.

---

**Gráfico 2.6** EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE RESIDENTES EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN BARCELONA EN 2010

---



---

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

---

En una perspectiva de 10 años, el incremento de la población extranjera en los distritos ha sido muy diferente. Nou Barris ha sido el distrito que ha experimentado un mayor crecimiento en incrementarse un 446%. San Martí, con un incremento del 397,9% y Sant Andreu, con un 371% también han tenido crecimientos muy por encima del de la media de la ciudad.

Por el contrario, Ciutat Vella ha tenido un incremento mucho más moderado en este período, un 166%. Estos datos confirman la dispersión territorial de la inmigración en Barcelona a medida que se va produciendo su asentamiento en la ciudad.

En cuanto a los barrios, la población extranjera en Barcelona ha disminuido en 2009 en 55 de los 73 barrios de la ciudad. Para el primer teniente de alcalde, Carles Martí, «estamos ante un nuevo e importante reto para gestionar esta diversidad y garantizar la convivencia entre los barceloneses. Las políticas de integración que impulsamos ahora serán determinantes a la hora de tener un único proyecto colectivo de ciudad, que es la base para garantizar la cohesión y el sentido de pertenencia compartido»<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> La población extranjera en Barcelona disminuye por primera vez en 10 años, La Vanguardia edición on-line, Barcelona, Abril 2010.

#### 4. Tipologías de comercios étnicos en Ciutat Vella

En esta parte del estudio, pretendemos ofrecer una primera aproximación a la tipología de comercios étnicos de la población extranjera de origen extracomunitario en Ciutat Vella.

**Tabla 2.1** TIPOLOGÍAS MÁS NUMEROSAS DE COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA EN 2004

Tipo de Comercio	2001	2004	Tipo de Comercio	2001	2004
<b>Alimentación</b>	<b>21,9%</b>	<b>21,5%</b>	<b>Otros</b>	<b>16,9%</b>	<b>17,7%</b>
Carnicería	5,5%	4,8%	Agencia inmobiliaria	0,0%	0,2%
Colmado	16,4%	15,0%	Arreglo de ropa	0,0%	0,3%
Golosinas	0,0%	0,2%	Artesanía	4,0%	0,6%
Helados	0,0%	0,5%	Artículos de piel	0,0%	0,2%
Panadería	0,0%	0,3%	Bisutería	0,0%	1,0%
Frutas y verduras	0,0%	0,6%	Cambio de moneda	0,0%	0,2%
<b>Restauración</b>	<b>17,4%</b>	<b>18,2%</b>	Cosmética	0,0%	0,3%
Restaurante	11,6%	9,2%	Diversos artículos	0,0%	0,2%
Bar	5,8%	8,7%	Droguería	0,0%	0,2%
Comida para llevar	0,0%	0,3%	Electricidad	0,3%	0,2%
<b>Bazares</b>	<b>14,2%</b>	<b>8,7%</b>	Ferretería	0,0%	0,2%
Bazar	11,9%	6,9%	Herbolario	0,0%	0,2%
Bazar de electrónica	2,4%	1,8%	Lavandería	1,1%	0,5%
<b>Servicios telemáticos y de ocio</b>	<b>14,5%</b>	<b>12,4%</b>	Librería	0,3%	0,2%
Internet y/o móviles	0,0%	1,6%	Maletas	0,0%	0,2%
Envío de remesas	0,0%	1,0%	Peluquería	7,1%	7,3%
Servicios fotográficos	0,0%	0,8%	Perfumería	0,0%	0,3%
Locutorio	14,5%	8,1%	Souvenirs	3,7%	5,5%
Música	0,0%	0,2%	Tabacos	0,0%	0,2%
Videoclub	0,0%	0,8%	Zapatería	0,0%	0,2%
<b>Comercio textil</b>	<b>11,1%</b>	<b>12,3%</b>	Otros	0,5%	0,0%
Mayorista textil	0,0%	4,4%			
Minorista textil	11,1%	7,9%	<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: para 2001: Moreras (2002), para 2004: Serra (2006). Elaboración propia.*

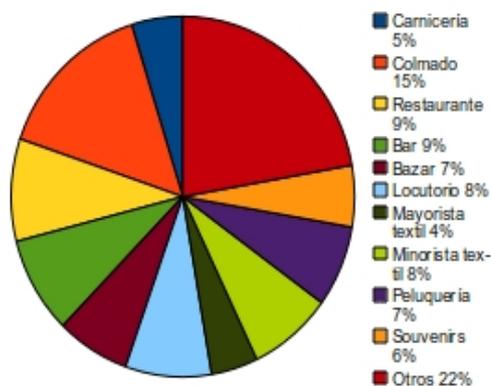
En el caso de Ciutat Vella, las empresas étnicas tienen una muy diversa tipología, si bien todas pertenecen al sector terciario. En este sentido, se han detectado en Ciutat Vella: tiendas de souvenirs, bazares, bazares de electrónica, colmados, fruterías y verdulerías, tiendas de golosinas, carnicerías, peluquerías, papelerías, minoristas textiles, mayoristas textiles, bares, restaurantes, locutorios, lavanderías, cosméticas, droguerías, tiendas de helados, envío de remesas, Internet y/o móviles, librerías, tiendas de comidas para llevar, tiendas de música, videoclubs, cambio de moneda, servicios fotográficos y panaderías<sup>24</sup>.

En la tabla 2.1, podemos observar el porcentaje de las tipologías de los comercios étnicos en Ciutat Vella durante los años 2001 y 2004. Como se puede apreciar en la tabla, los negocios más numerosos tanto en 2001 como en 2004 son los colmados,

<sup>24</sup> SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006, pp. 74.

los restaurantes, los locutorios, las peluquerías, los bares, los bazares, los comercios textiles, las tiendas de souvenirs, las carnicerías y los bazares de electrónica. Los mayoristas textiles y los servicios de envío de remesas aparecen por vez primera en 2004. Los porcentajes de tipologías de 2001 y 2004 son prácticamente idénticos, aunque destaca el descenso de los bazares y de los locutorios.

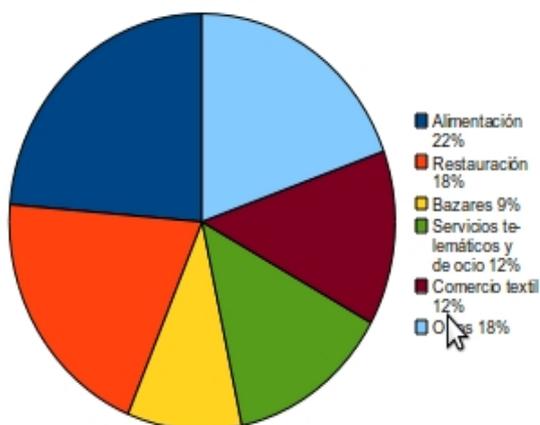
**Gráfico 2.7** TIPOLOGÍAS MÁS NUMEROSAS DE COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA EN 2004



*Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 88)*

En el gráfico 2.7 podemos observar las tipologías más abundantes en 2004. La conclusión que extraemos, es que las 11 tipologías que presentamos a continuación son las que más triunfan en Ciutat Vella, el resto aparecen con timidez.

**Gráfico 2.8** SECTORES MÁS NUMEROSOS DE COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA EN 2004

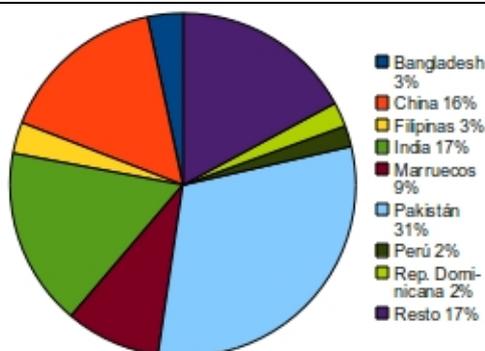


*Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 88)*

Y entre estas tipologías, el sector de la alimentación y de la restauración copa el 40% del mercado étnico en Ciutat Vella, como podemos apreciar en el gráfico 2.8.

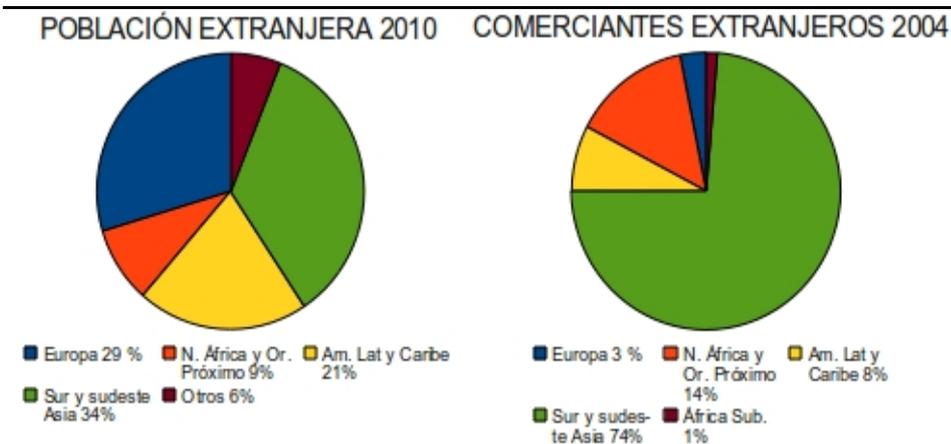
En el siguiente gráfico, destacan el 70% de los comerciantes que proceden de países asiáticos, en especial de Pakistán, con un 31%; India, con el 17%, y China, con el 16%. Marruecos se sitúa detrás, con el 9% de los titulares de comercios. De esta forma, los titulares de cuatro países se reparten cerca del 75% de los comercios de los extranjeros. El resto de los titulares, lo conforman nacionales de un total de hasta 28 países.

**Gráfico 2.9** ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS TITULARES DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA



Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 100)

**Gráfico 2.10** ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS TITULARES DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA EN 2001 Y 2004 SEGÚN REGIONES DEL MUNDO



Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010, y (Serra 2006: 96)

#### **4.1 Los colmados**

Poco a poco, los pequeños comercios de alimentación, también llamados «badulaques» o «pakis», se han expandido por Ciutat Vella. Como veremos en los puntos siguientes, la mayor parte de ellos son propiedad de titulares pakistaníes. Estos colmados, tienen una gran variedad de productos, así, pueden ofrecer un poco de todo a sus clientes. Suelen estar abiertos todos los días de 8 de la mañana a 11 de la noche. Sólo necesitan dos trabajadores; alguien que reponga el género y un dependiente. Todos son muy similares; pocos clientes, rótulos en catalán, dependientes que en muchas ocasiones sólo hablan su lengua materna, decoración inexistente, voluntad de abrir siempre, calidad variable en los productos frescos, y todos ellos tienen menos de 300 metros cuadrados, ya que así disponen de menos restricciones horarias. En este sentido, la inmensa mayoría tienen menos de 150 metros cuadrados, de esta forma, no tienen ninguna restricción horaria según la Ley. El art. 5.3 de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales, no permite a las Comunidades Autónomas restringir la libertad horaria a los establecimientos, que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 150 metros cuadrados. Y este es, como veremos más adelante, el perfil del pequeño colmado en Ciutat Vella.

El negocio por tanto, está en las horas de apertura, y sobre todo, en los días festivos, cuando no tienen competencia. Además, en el caso de los pakistaníes, los colmados tienen una estructura de negocio donde el clan sustituye a la familia. Así, una red de trabajadores es la que mantiene los establecimientos bien provistos y abiertos a todas horas. El modelo pakistaní, es por lo tanto, poco familiar y se identifica menos con el barrio. De ahí parte la desconfianza y la mayor dificultad de integración.

Los pakistaníes, según diversos estudios de la Diputación de Barcelona, el Cidob y la Obra Social de la Fundació La Caixa, envían a casa gran parte de sus sueldos y beneficios. Al mismo tiempo, son capaces de obtener la financiación para sus proyectos dentro de su misma comunidad. Tienen fondos en metálico, articulados entorno a asociaciones que proporcionan, en forma de créditos, los recursos. Y es la misma comunidad la que luego nutre el fondo.

Los pakistaníes dominan los comercios de alimentación en Ciutat Vella, y han contribuido a la regeneración de las calles deprimidas, ya que se han expandido, paliando la vieja crisis del comercio tradicional. De esta forma, en Ciutat Vella, prácticamente no existen las franquicias de alimentación, que por otro lado, son muy

numerosas en el resto de barrios barceloneses.

El negocio como es habitual, según denuncia La Vanguardia, «radica en la autoexplotación: los empleados no tienen horario, ni prestaciones sociales, ni seguros, mientras que cobran un salario en función de los compromisos adquiridos con las personas que facilitaron su migración y las necesidades de la familia o del clan»<sup>25</sup>.

Es decir, con el objetivo de mantenerse a la vanguardia en estas condiciones y seguir siendo competitivos, la tentación de llevar a cabo malas prácticas como son: la elusión y evasión fiscal, salarios mínimos, de trabajadores inmigrantes sin documentación y otras irregularidades, es bastante grande. Así, para sobrevivir a la competencia, los empleadores recurren principalmente a la sobreexplotación de la mano de obra de sus paisanos que puedan encontrarse sin los permisos necesarios.

Por otro lado, es normal encontrar en Ciutat Vella pocos comercios de frutas y verduras de titulares inmigrantes, donde adquirir esos productos frescos, dada la presencia en este distrito y en sus alrededores de varios mercados municipales: el de Sant Antoni, el de la Boqueria, el de la Mare de Déu del Carme, el de La Barceloneta y el de Santa Caterina.

#### **4.2 Los locutorios**

El locutorio es otra tipología de servicio muy abundante en Ciutat Vella. Se ofrecen servicios múltiples: comunicaciones, servicio de fax, Internet, teleconferencia, venta de móviles y de tarjetas telefónicas, envío de dinero, grabación de discos, conversión de vídeos, revelado de fotografías, copistería, alquiler, etc. Los locutorios se nutren mayoritariamente de los mismos inmigrantes que buscan contactar con la familia o con los amigos que dejaron en sus países de origen.

En el rombo formado por la Ronda de Sant Pau, Paral·lel, La Rambla y Universitat se concentra gran parte de los locutorios que hay en el Raval<sup>26</sup>. La mayoría de los establecimientos están controlados por inmigrantes de origen paquistaní.

---

<sup>25</sup> Los colmados 'non stop' de los inmigrantes cambian el comercio en Barcelona, La Vanguardia edición on-line, Barcelona, Abril 2010.

<sup>26</sup> MARÍN, A. *Locutorios, con las horas contadas*, ABC edición on-line, Barcelona, Agosto 2008.

El plan especial de establecimientos de concurrencia pública de Ciutat Vella<sup>27</sup>, puso coto en 2005, a la apertura de nuevos locutorios en el distrito, y especialmente, en el barrio del Raval.

**Mapa 2.1 ROMBO DONDE SE CONCENTRA LA MAYORÍA DE LOCUTORIOS EN CIUTAT VELLA**



*Fuente: Google Maps, 2010.*

La apertura de este tipo de negocios está prohibida por la normativa municipal en las zonas de tolerancia primera, segunda, tercera y cuarta, es decir, en casi todo el territorio de Ciutat Vella, es prácticamente imposible abrir un locutorio, o cualquier otro tipo de establecimiento comercial, porque han de cumplir una serie de requisitos como la distancia mínima de cien metros de un edificio institucional o de 150 metros de colegios y centros sanitarios, entre otros. A las restricciones de la normativa se suman las campañas de inspección realizadas por la Guardia Urbana.

#### **4.3 Las tiendas de souvenirs**

El Ayuntamiento de Barcelona suspendió en 2008 las licencias para abrir tiendas de souvenirs turísticos en el distrito de Ciutat Vella. Además, también vetó la ampliación de la superficie de los negocios de este tipo ya existentes. La medida de suspender

---

<sup>27</sup> Plan especial de establecimientos de concurrencia pública, hotelería y otros servicios del Distrito de Ciutat Vella. Aprobado el 17.06.2005 y que entró en vigor el 02.07.2005.

la concesión de más licencias llegó por la alta concentración de este tipo de establecimientos, sobre todo en las principales calles y arterias comerciales del barrio Gòtic, y especialmente alrededor de la Rambla.

La propia ordenanza expone las razones de esta nueva regulación. Su finalidad es, según el Ayuntamiento de Barcelona, «proteger los impactos negativos [de este tipo de locales comerciales] en el paisaje urbano, los entornos urbanos de especial interés, el patrimonio arquitectónico y monumental, los entornos culturales y el derecho de los residentes al mantenimiento de su calidad de vida»<sup>28</sup>.

Los establecimientos afectados por este plan especial eran todos aquellos «especializados en la venta al detalle y distribución de productos dirigidos principalmente a turistas, destinados a usos de regalo, reclamo, recuerdo o adorno, conocidos como artículos de souvenirs, regalos, bazares y similares». Asimismo, la normativa precisa que tienen esta consideración aquellos productos que, «sobre cualquier tipo de soporte -textil, calzado, complementos, marroquinería, regalo-, contienen referencias a merchandising deportivo, étnico, antropológico, escatológico, etcétera».

La ordenanza afectó también a aquellos locales que, bajo el rótulo o la licencia de tienda de alimentación, fotografía, papelería, quiosco, ropa o complementos, hacían negocios con las camisetas no oficiales de Messi, Ronaldinho o Raúl, los toreritos y las flamencas, los trajes de faralaes o los sombreros mexicanos, por citar sólo algunos de los productos que más se venden. En este sentido, la nueva normativa da la consideración de tiendas de souvenirs, a todas aquellas que destinen más de un 20% de su superficie a la venta de estos productos, con independencia de la clasificación que tengan, legal y formalmente.

#### **4.4 Las tiendas mayoristas de ropa**

El plan especial de ordenación de los establecimientos comerciales mayoristas de 2008<sup>29</sup>, también prohibió que se pudieran abrir nuevos establecimientos de estas características de más de 400 metros cuadrados, en el núcleo centrado entre Passeig Sant Joan, Roger de Llúria, Gran Via y Trafalgar, una zona en la que ha

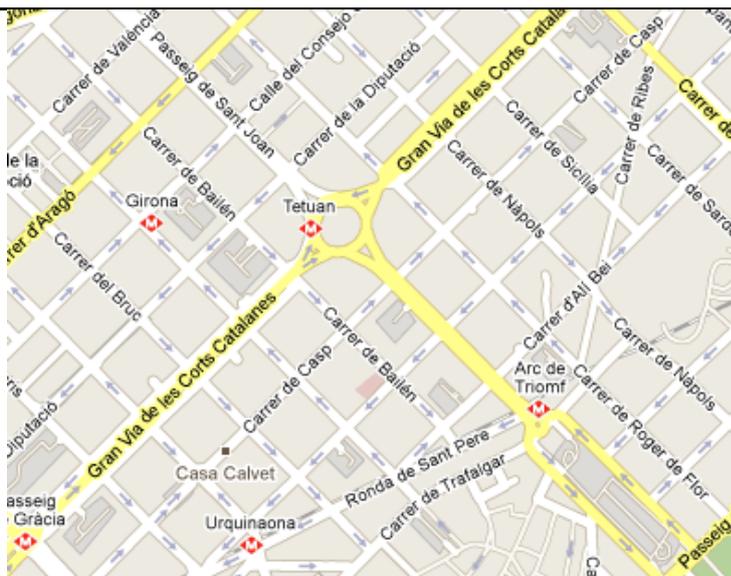
---

28 Plan especial de ordenación de los establecimientos comerciales mayoristas en determinados sectores de los barrios de la Dreta de l'Eixample y Fort Pienc, del Distrito del Eixample y del barrio de Sant Pere, del Distrito de Ciutat Vella. Aprobado el 25.07.2008 y que entró en vigor el 10.10.2008.

29 Plan especial de ordenación de los establecimientos comerciales mayoristas en determinados sectores de los barrios de la Dreta de l'Eixample y Fort Pienc, del Distrito del Eixample y del barrio de Sant Pere, del Distrito de Ciutat Vella. Aprobado el 25.07.2008 y que entró en vigor el 10.10.2008.

proliferado el comercio chino de estas características. Sin embargo, los comercios que están ubicados entre la plaza Urquinaona y el Arc de Triomf, en la calle Trafalgar, en la Ronda de Sant Pere y en otras calles, debido a la delimitación geográfica del distrito de Ciutat Vella, no forman parte de los resultados del trabajo.

**Mapa 2.2 ZONAS DONDE SE CONCENTRAN LA MAYOR PARTE DE LAS TIENDAS MAYORISTAS DE ROPA**



*Fuente: Google Maps, 2010.*

En cuanto a diversidad de tipologías de las actividades económicas de las comunidades asiáticas, Beltrán Antolín, experto en empresariado chino en Cataluña señala que «la aparición de pequeñas concentraciones residenciales urbanas de coétnicas y la apertura de negocios de servicios orientados a la clientela de cada comunidad asiática, como tiendas de comida procedente de sus países de origen, carnicerías, pastelerías, restaurantes, locutorios, tiendas de telas, de alquiler de vídeos, peluquerías, estudios de fotografía, agencias de viajes, asesorías, salones de Internet, clínicas de medicina, etc, destinadas a satisfacer sus propias necesidades»<sup>30</sup>. Esta tipología de negocios se puede aplicar a la comunidad asiática en Ciutat Vella en la actualidad.

Respecto de los mayoristas de ropa, Beltrán Antolín destaca que los mayoristas de ropa chinos que importan su mercancía directamente desde China, de los talleres de la propia familia, o bien de otros importadores chinos presentes en Italia, Francia y

30 BELTRÁN ANTOLÍN, J., OSO, L., RIBAS, N. *El empresariado étnico en España*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 68, Fundació CIDOB, Barcelona, 2004, pp. 44.

Países Bajos<sup>31</sup>.

#### **4.5 Bares, restaurantes y tiendas de comida rápida**

El Distrito de Ciutat Vella ha aprobado recientemente el nuevo Plan Especial de Establecimientos de Concurrencia Pública, Hostelería y Otras Actividades en Ciutat Vella<sup>32</sup>, también conocido como «plan de usos». Este documento urbanístico, permite al Distrito, de forma independiente y en función de la morfología de su trama urbana y de las características propias de su territorio, regular y ordenar la ubicación de los establecimientos de concurrencia pública, y también de los establecimientos de hostelería, musicales y de restauración. Una de las novedades que incorpora, en relación al anterior Plan de Usos de 2.005 que hemos comentado anteriormente, es la división del territorio en 13 zonas, para dar un tratamiento específico a cada una de ellas.

Así, actualmente está prohibido abrir establecimientos que propicien el consumo de comida rápida en la calle. Los técnicos del distrito, inspeccionaron en 2009, 79 locales con licencia para vender platos preparados<sup>33</sup>, porque han detectado que algunos ofrecen también productos para ser consumidos en la calle. Es decir, establecimientos que tienen la categoría de tiendas de alimentación actúan como bares o restaurantes. Así, a finales de abril, doce de ellos han sido cerrados por no tener la licencia adecuada a su actividad o porque sus propietarios incumplieron varias veces la orden de cierre.

De esta forma, la práctica de vender comida preparada, como es el caso de los «kebabs», prolifera en Ciutat Vella y supone una competencia desleal para bares y restaurantes. Suelen ser locales que carecen de mesas para sus clientes y donde se vende comida turca para ser consumida al instante.

En este sentido, el ayuntamiento ha tomado medidas, y prohibirá expresamente, mediante Nuevo Plan de Usos de Ciutat Vella en Barcelona, abrir establecimientos que propicien el consumo de comida rápida en la calle<sup>34</sup>.

---

31 BELTRÁN ANTOLÍN, J. Las *comunidades asiáticas en España: una visión panorámica*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 88, Fundació CIDOB, Barcelona, 2006, pp. 16-17.

32 Pla especial d'establiments de concurrència pública, hoteleria i altres activitats a Ciutat Vella. Tras superar la fase de alegaciones debe aprobar el próximo pleno para entrar en vigor el próximo mes de noviembre.

33 FLOTATS, A. *Ciutat Vella cierra 10 tiendas por vender comida para ser consumida en la calle*, El país edición on-line, Mayo, 2010.

34 GUBERN, À. *El Ayuntamiento pone freno a los «badulaques» en Ciutat Vella*, ABC edición on-line, Julio, 2010.

Las ordenanzas municipales diferencian los locales alimentarios que disponen de mesas donde poder consumir de los que no. A los primeros se les considera restaurantes o bares, mientras que los segundos van desde supermercados a tiendas de gasolineras, pasando por colmados y locales de platos preparados. Estas dos últimas tipologías son las que más se han extendido en Ciutat Vella, especialmente entre los comerciantes inmigrantes, y el distrito las quiere restringir.

Así, no se darán nuevas licencias para bares ni restaurantes en el Gòtic sur ni el Raval ni para tiendas de platos preparados en las Rambles y la Via Laietana. En el resto de zonas del distrito, se autorizarán sólo si no fomentan el consumo en la calle. De hecho, la Ordenanza municipal de Establecimientos y Centros de Comercio Alimentario ya establece que la comida preparada debe ser comercializada con envase, algo que ahora en muchos casos no se cumple, pues la mayoría de tiendas de bocadillos o kebabs sirven directamente con servilletas o papel de aluminio, y no tienen espacio para el consumo en el propio local.

#### **4.6 Las carnicerías halal**

Las carnicerías halal constituyen otro tipo de comercio étnico típico de Ciutat Vella típica de los comerciantes de origen marroquí y pakistaní. Estos establecimientos permiten satisfacer la demanda de la comunidad musulmana, en el cumplimiento de sus prescripciones alimentarias. Estas carnicerías forman parte de un circuito de producción y venta de carne, en el que se encuentra implicado el matadero municipal de Mercabarna, donde acuden los propietarios de estos establecimientos para sacrificar las piezas que posteriormente venderán.

Moreras ha estudiado la localización de los establecimientos musulmanes en el distrito municipal de Ciutat Vella. En este sentido, propone las siguientes fases de implantación de las carnicerías halal:

En un primer momento, la llegada de hombres inmigrantes no implica una aparición significativa de carnicerías halal. Más adelante, con la reagrupación familiar puede apreciarse la coincidencia temporal de este proceso de asentamiento con el de la proliferación de las carnicerías halal, y con el desarrollo de las primeras iniciativas de producción y comercialización de productos alimentarios procedentes de la sociedad de origen<sup>35</sup>.

---

35 MORERAS, J. *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*, CIDOB edicions, Barcelona, 1999, pp. 213.

Así, afirma que la llegada de las familias estimula la práctica religiosa y al mismo tiempo la demanda de carne halal cuando dice que «la incorporación de los núcleos familiares en el contexto migratorio supone el retorno a las prácticas religiosas [...], la coincidencia temporal que se produce entre la apertura de carnicerías y la llegada e instalación de familias musulmanas nos muestra la vinculación que se establece entre una oferta y una demanda crecientes, que facilita tanto el desarrollo de iniciativas empresariales privadas como el mantenimiento de observancias religiosas comunitarias»<sup>36</sup>.

Por otro lado, también dice que «el tiempo que transcurre entre la llegada del inmigrante y la apertura del establecimiento suele ser bastante largo, estableciéndose un periodo de media de cinco años, según hemos comprobado en las entrevistas efectuadas»<sup>37</sup>. En este sentido, el motivo de este retraso, es el tiempo que transcurre hasta poder acumular el capital suficiente para abrir el negocio, como sugieren Beltrán Antolín y Sáiz López<sup>38</sup>.

Moreras concluye diciendo que el volumen de población musulmana en Ciutat Vella es tal, que «la proliferación de establecimientos que venden carne halal progresa exponencialmente respecto de periodos anteriores, provocando en algunos lugares —como en Ciutat Vella, en Barcelona, donde existe un total de 12 carnicerías— una cierta saturación de la oferta en este mercado»<sup>39</sup>. A este respecto, Serra contabilizó 16 carnicerías en 2004<sup>40</sup>.

En la actualidad, observamos un agotamiento de las carnicerías halal marroquíes y pakistaníes, en pro de los colmados y badulaques, regentados por inmigrantes indios y pakistaníes, que funcionan gracias a la gran variedad de los productos ofrecidos, unos precios muy competitivos y los horarios maratonianos que trabajan.

---

36 MORERAS, J. *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*, CIDOB edicions, Barcelona, 1999, pp. 242.

37 MORERAS, J. *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*, CIDOB edicions, Barcelona, 1999, pp. 219.

38 BELTRÁN ANTOLÍN, J., SÁIZ LÓPEZ, A. *La comunidad pakistaní en España*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 78, Fundació CIDOB, Barcelona, 2007, pp. 14.

39 MORERAS, J. *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*, CIDOB edicions, Barcelona, 1999, pp. 178.

40 SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006, pp. 46.

## 5. Núcleos principales de los establecimientos étnicos en Ciutat Vella

La primera zona de máxima concentración de comercios está en Parc (ver mapa 2.4), corresponde a dos ejes: la calle Princesa, y el que se inicia desde la calle Bòria hasta la calle Carders. Evidencia una zona de altísima concentración de comercios de mayoristas textiles chinos que queda en parte dentro y en parte fuera de Ciutat Vella, en los dos márgenes de la calle Trafalgar y en la Ronda de Sant Pere.

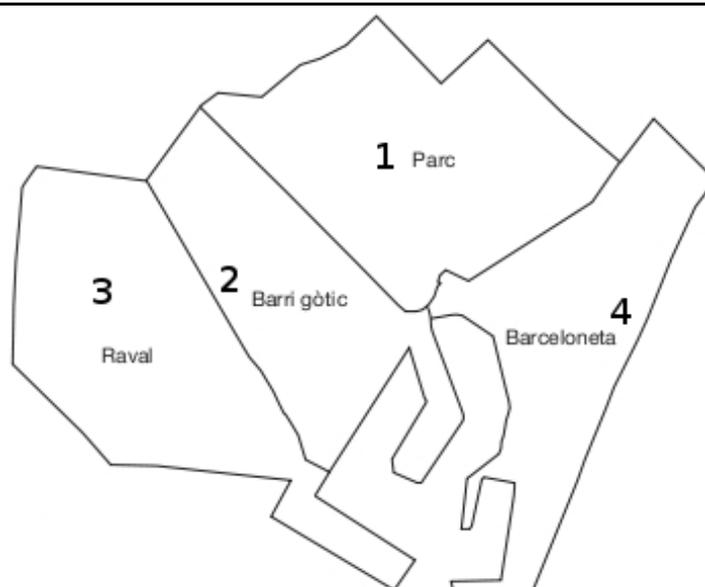
Esta zona, también se caracteriza por la abundancia de bazares, bazares electrónicos y carnicerías, que se distribuyen sobre todo entre titulares chinos, indios y pakistaníes. En la misma zona se sitúan comercios textiles y numerosas peluquerías de titulares magrebíes y sobre todo dominicanos, entre otros orígenes.

A continuación, entre el Barri Gòtic, El Raval y La Rambla, que divide esos dos barrios, se configura otra segunda zona de menor concentración debido a la mayor dispersión, pero que cuenta con muchos más comercios étnicos que Parc. Se podría decir que esta área está compuesta por tres subcentros: el primero en torno a La Rambla y el Pla de la Boqueria; el segundo, en El Raval y finalmente otro más en el sur del Barri Gòtic.

---

**Mapa 2.3 ZONAS ME MAYOR DENSIDAD DE COMERCIOS ÉTNICOS**

---



---

*Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 180-181)*

---



alrededores, donde existe una concentración menor de comercios étnicos, con algunos colmados, bazares y restaurantes, la mayoría de cuyos titulares son pakistaníes. Más hacia el norte, hacia el Pla de la Boqueria, existe un eje de transición formado por la calle Escudellers y otras vecinas, con una veintena de comercios entre los que destacan los colmados.

La tercera zona (ver mapa 2.6), ya en pleno Raval, constituye una encrucijada de los ejes radiales de las calles del Carme, Sant Antoni Abat, Hospital, las Rieres (Alta y Baixa) y Joaquín Costa, y que participa de las características de las calles de Sant Pau y Hospital que acabo de describir. También aparece un notable número de bares, restaurantes y tiendas de souvenirs. Los comercios de bares, restaurantes y carnicerías del eje de La Rambla del Raval hacen de nexo de unión entre las calles de Sant Pau y del Hospital, mientras que los comercios de la calle Nou de la Rambla constituyen prácticamente el límite meridional del comercio étnico en El Raval.

Si se trata El Raval de manera unitaria y sin contar La Rambla, su característica más destacable es la abundancia de comercios étnicos, con alrededor de la mitad del total de Ciutat Vella. Además, existe la especialización en locutorios sobre todo de titulares pakistaníes. Así, gran parte de los locutorios de Ciutat Vella están repartidos de manera bastante regular en el barrio del Raval.



*Fuente: Google Maps, 2010.*

Además de los locutorios, el resto de los comercios étnicos del barrio son muy diversos. También se encuentran en el Raval la mitad de los bares de Ciutat Vella, un tercio de los bazares, algunos de los cuales son de titularidad china, la mayoría de las carnicerías halal, alrededor de la mitad de los colmados y de las peluquerías,

dos terceras partes de los restaurantes y casi la mitad de los minoristas textiles, entre otros tipos de comercios.

No extraña que El Raval sea el barrio del distrito de Ciutat Vella con más comercios étnicos, fenómeno en buena parte explicable por ser el barrio con el número de residentes extranjeros empadronados más elevado, con 22.961 personas, según los datos del padrón de Barcelona de enero de 2010. Le sigue Parc, con 8.449 extranjeros empadronados; el Barri Gòtic, con 6.157 personas, y Barceloneta, con 4.751. Sin embargo, según algunas informaciones, las altas cifras podrían estar distorsionadas<sup>41</sup> por empadronarse en estas zonas, extranjeros en edificios donde en realidad no residen.

Volviendo al análisis por zonas, la cuarta zona está en La Barceloneta, barrio algo más separado del resto de Ciutat Vella. En La Barceloneta, destacan colmados y badulaques, geográficamente más dispersos, la mayoría de los cuales son de titularidad pakistaní.

En las zonas meridionales de los tres barrios principales (Raval, Barri Gòtic y Parc) prácticamente no hay comercios étnicos. El Born, que pertenece a la Ribera, al sudeste de Parc, es un ejemplo de zona revalorizada, como ocurre con frecuencia en los centros históricos de las ciudades europeas y norteamericanas. En El Born, efectivamente, suelen situarse tiendas de ropa de moda, bares de diseño y pisos remodelados para barceloneses acomodados. Esta zona, por lo tanto, no es capaz de atraer a los comercios étnicos, cuyo nicho geográfico es de menor nivel socioeconómico.

Las otras dos zonas meridionales, en El Raval y Barri Gòtic, son áreas donde abundan los equipamientos, como por ejemplo institutos de bachillerato, iglesias, museos y edificios oficiales.

Por último, otra zona donde hay un notable descenso de la densidad de comercios étnicos es al norte del Barri Gòtic, en el eje de Portal de l'Àngel y sus alrededores. Se trata de una zona no étnica de gran atracción comercial y de oficinas de la ciudad.

Sin embargo, la calle con mayor concentración lineal de comercios étnicos es La

---

41 *El PP de Barcelona cree que los inmigrantes abusan del padrón para lograr arraigo social*, Europapress edición on-line, Barcelona, Enero, 2010.

Rambla, seguida de la calle Princesa y Sant Pau, en Parc. Esos son, por tanto, los tres ejes vertebradores del comercio étnico en Ciutat Vella.

En resumen, en Ciutat Vella existen principalmente dos zonas de alta concentración de comercios étnicos, en La Rambla; souvenirs indios y en Parc; peluquerías marroquíes y dominicanas, bazares asiáticos y comercios textiles chinos. Sin embargo, la zona con mayor número de comercios étnicos de Ciutat Vella se encuentra en El Raval, donde destacan los locutorios, los colmados, las peluquerías, los bares pakistaníes, los bazares chinos y las carnicerías halal tanto marroquíes como pakistaníes. Finalmente, tanto en el Barri Gòtic como en La Barceloneta predominan los colmados pakistaníes.

## **6. Especialización comercial según el origen geográfico**

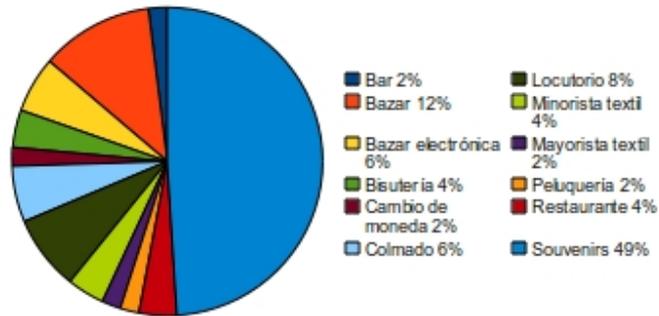
En la tabla del anexo 1 y en los siguientes gráficos circulares, muestro los porcentajes de los comercios, según los orígenes o nacionalidades de los grupos más representativos en Ciutat Vella: pakistaníes, indios, marroquíes, chinos, filipinos, peruanos, dominicanos y bangladeshís.

Observamos en el gráfico 2.12, que los titulares de comercios pakistaníes dominan claramente determinados tipos de comercios, como los bares, los colmados y los locutorios. En cambio, comparten el predominio de las carnicerías con los titulares marroquíes; las peluquerías, con los dominicanos; los restaurantes, con los chinos y filipinos; y los bazares de electrónica, con los indios.

Los pakistaníes pierden este predominio en los bazares, donde los chinos duplican a los pakistaníes y a los indios. Los chinos dominan también, en número de comercios mayoristas textiles y los indios en el caso de las tiendas de souvenirs.

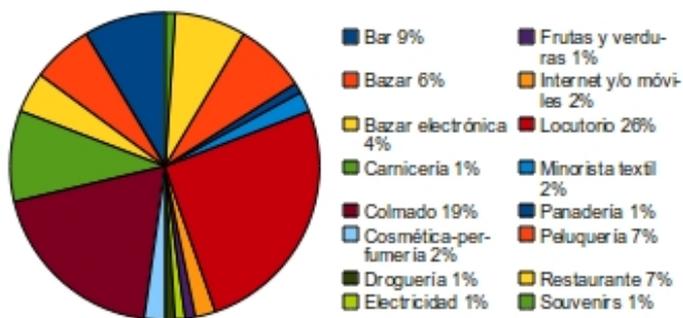
Por otro lado, los gráficos muestran la tendencia a la especialización en los principales grupos étnicos. Los chinos se especializan en los comercios de mayoristas textiles y en los bazares; los bangladeshís, en los colmados; los filipinos, en los restaurantes; los indios, en los comercios de souvenirs y en los bazares; los marroquíes, en las carnicerías, los colmados y las peluquerías; los pakistaníes, en los colmados y los locutorios; los peruanos, en los locutorios; y los dominicanos, en las peluquerías. En el caso de los comercios de titulares de la República Dominicana, el 85% de sus comercios corresponde a peluquerías.

**Gráfico 2.11** TIPOS DE COMERCIOS DE LOS TITULARES DE ORIGEN INDIO EN CIUTAT VELLA EN 2004



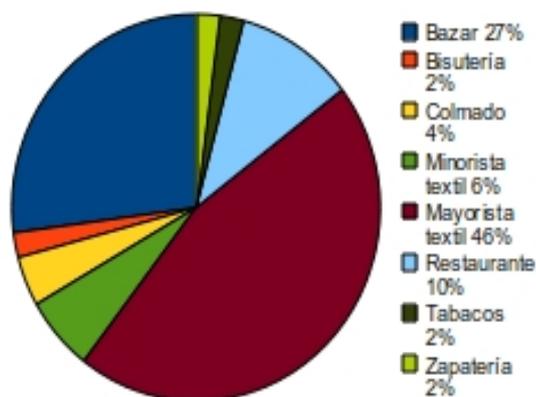
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)

**Gráfico 2.12** TIPOS DE COMERCIOS DE LOS TITULARES DE ORIGEN PAKISTANÍ EN CIUTAT VELLA EN 2004



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)

**Gráfico 2.13** TIPOS DE COMERCIOS DE LOS TITULARES DE ORIGEN CHINO EN CIUTAT VELLA EN 2004

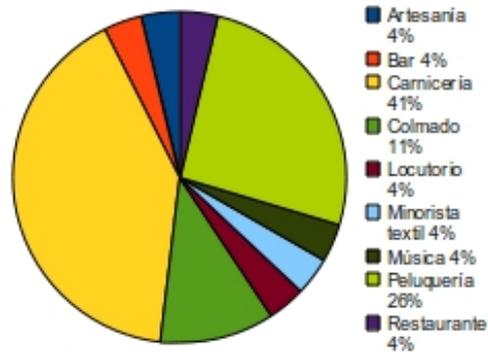


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)

---

**Gráfico 2.14** TIPOS DE COMERCIOS DE LOS TITULARES DE ORIGEN MARROQUÍ EN CIUTAT VELLA EN 2004

---



*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)*

---

## 7. Dimensiones de los comercios étnicos en Ciutat Vella

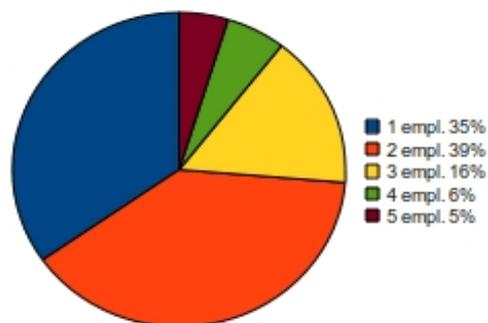
Los comercios étnicos de Ciutat Vella son de reducidas dimensiones. Por un lado, el 71% de ellos tiene sólo uno o dos empleados, incluyendo al titular del negocio, en el caso de que esté autoempleado. Por otro lado, la mayoría de los comercios étnicos tienen una superficie igual o inferior a 60 metros cuadrados. Se trata, por tanto, de pequeños comercios.

Aquí destacan los comercios de titulares chinos, ya que son los que tienen un mayor promedio de superficie. Esa misma tipología de comercios también dispone del promedio de número de empleados más alto.

---

**Gráfico 2.15** NÚMERO DE EMPLEADOS EN LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA EN 2004

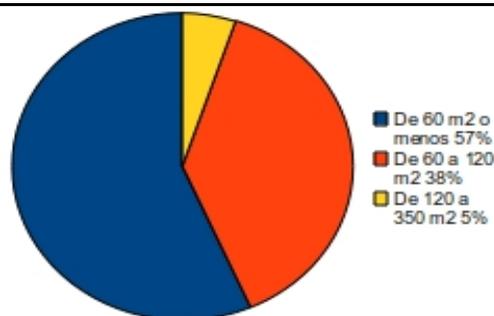
---



*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 97)*

---

**Gráfico 2.16** SUPERFICIES DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA EN 2004



*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 97)*

**Tabla 2.2** SUPERFICIES DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA EN 2004 SEGÚN EL ORIGEN DEL TITULAR

Origen	Superficie en m <sup>2</sup>	Número
Argentina	39,75	4
Ecuador	46,67	3
Marruecos	53,29	17
Bangladesh	56,25	4
Perú	60,25	4
India	61,00	19
Pakistán	63,57	63
Filipinas	74,33	3
China	95,19	21

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 98)*

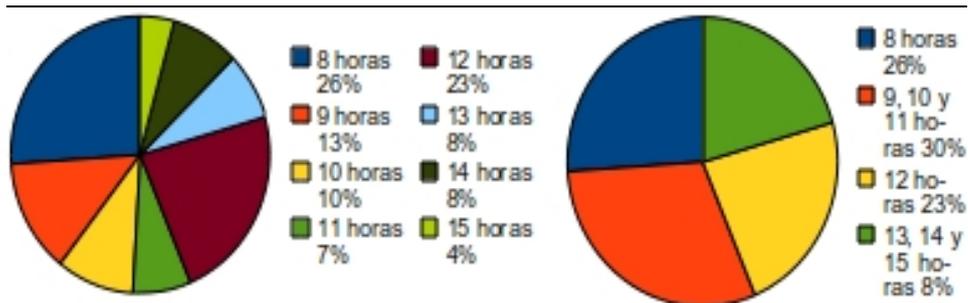
## 8. Duración de la jornada laboral

En orden a ser competitivos, los empresarios de origen inmigrante han descubierto que la competencia que podrían plantearles los pequeños autóctonos no es una amenaza si se aplican ciertas estrategias como: la autoexplotación laboral, con largas jornadas laborales de más de diez horas, negocio familiar, crédito a clientes, ventas al por mayor y al detalle, u ofrecer un tipo de productos muy variados, o muy específicos, como es el caso de las carnicerías musulmanas, a fin de atraer a la clientela de su propio colectivo, aunque sin limitarse exclusivamente a ella.

Las condiciones de trabajo de este tipo de negocios se caracterizan por su dureza, sobre todo en el aspecto de la duración de la jornada laboral, como hemos mencionado, una de las bases de la competitividad de muchos de estos negocios. De ahí la importancia de la solidaridad y del trabajo familiar en estas iniciativas.

Como podemos observar en el siguiente gráfico, el 31% de los comercios étnicos trabajan doce horas o más. Así, también observamos que el promedio de horas de jornada de trabajo, en función del tipo de comercio, en el 60% de los comercios supera las diez horas.

**Gráfico 2.17** TIPOS DE COMERCIOS DE LOS TITULARES DE ORIGEN MARROQUÍ EN CIUTAT VELLA EN 2004



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)

**Tabla 2.3** PROMEDIO DE HORAS DE LAS JORNADAS DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS

Tipo de Comercio	Promedio de horas	Número
Internet y/o móviles	14,00	1
Restaurante	12,50	8
Cosmética	12,00	1
Droguería	12,00	1
Bar	11,88	8
Locutorio	11,50	10
Colmado	11,17	6
Minorista textil	10,80	5
Carnicería	10,50	6
Souvenirs	10,50	6
Bazar	10,29	7
Maletas	10,00	1
Bazar electrónica	9,67	3
Peluquería	9,14	7
Bisutería	9,00	2
Tabacos	9,00	1
Mayorista textil	8,00	1
Frutas y verduras	7,00	1
<b>Total/Promedio</b>	<b>10,50</b>	<b>75</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 109)

En cuanto a los mayoristas chinos, observamos que la legislación referente a los horarios de los comercios, y el control que las autoridades ejercen para hacer cumplir la legislación, ha incidido en la escasa duración de la jornada de los mayoristas textiles, la mayoría de cuyos titulares son, por otra parte, chinos.

En la tabla 2.4, observamos que los pakistaníes y los filipinos son los grupos de comerciantes que más horas mantienen abiertos sus negocios. El caso de los pakistaníes está mejor documentado puesto que tienen muchos comercios. Este grupo, dispone de un elevado número de negocios como son los colmados y los locutorios. Por lo tanto, en orden a estar disponibles para sus clientes durante muchas horas del día, es normal comprobar la mayor dedicación horaria respecto a la de otros colectivos.

---

**Tabla 2.4** PROMEDIO DE HORAS EN LOS COMERCIOS SEGÚN EL ORIGEN DEL TITULAR

---

Origen	Promedio de horas	Número
Rep. Dominicana	8,00	7
China	9,61	18
Bangladesh	10,00	6
Marruecos	10,12	17
India	10,88	26
Filipinas	11,33	3
Pakistán	11,42	74

---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)*

## 9. El aspecto familiar de los comercios étnicos

Los comercios étnicos, muestran que es posible orientar toda la estructura familiar hacia un negocio, donde todos reman de un mismo lado.

En el caso de Ciutat Vella, el 40% de los comercios cuentan con más de un empleado. De estos, a su vez el 40%, cuentan con empleados familiares. De estos, prácticamente el 70% cuenta con al menos dos empleados familiares.

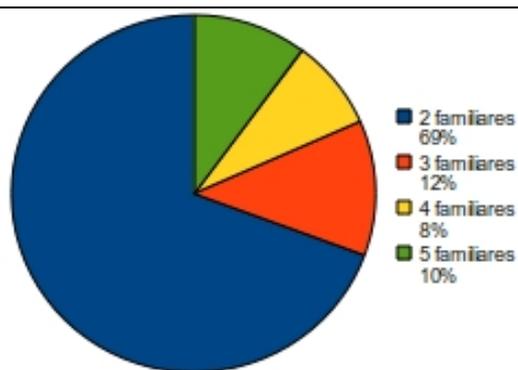
En este sentido, son sobre todo los empresarios pakistaníes, y en menor medida los chinos, los grupos étnicos que más familiares emplean en sus negocios<sup>42</sup>.

**Tabla 2.5** POBLACIÓN OCUPADA EXTRANJERA EN CIUTAT VELLA EN 2010

Población Ocupada	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Total	757 813	100,0%	600 966	100,0%	156 847	100,0%
Empresario	107 089	14,1%	90 049	15,0%	17 040	10,9%
- Que contrata personal	44 103	5,8%	36 603	6,1%	...	...
- Que no contrata personal	62 986	8,3%	53 446	8,9%	9 540	6,1%
Asalariado	649 537	85,7%	509 730	84,8%	139 807	89,1%
- Con carácter fijo o indef.	508 493	67,1%	430 730	71,7%	77 653	49,5%
- Con carácter eventual	141 044	18,6%	78 890	13,1%	62 153	39,6%
Otras situaciones	...	...	...	...	...	...

Fuente: elaboración propia a de encuesta demográfica de Barcelona, IDESCAT, 2007.

**Gráfico 2.18** DISTRIBUCIÓN DE FAMILIARES EMPLEADOS EN LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA



Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 39).

## 10. La tipología de clientela de los comercios étnicos

42 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona, 2005, pp. 138.

La tipología de clientela, que conforma la demanda de los comercios étnicos es diversa. Principalmente su clientela consiste en gente de todo tipo; del barrio, inmigrantes, gente de Barcelona y también turistas. Es más, presumimos que principalmente en verano muchos establecimientos se nutren de los turistas. Sólo el 22% de los comercios étnicos reconocen que su clientela está formada exclusivamente por gente de su mismo barrio o por inmigrantes extranjeros. Por otro lado, dos terceras partes de los comercios están abiertos al mercado en general.

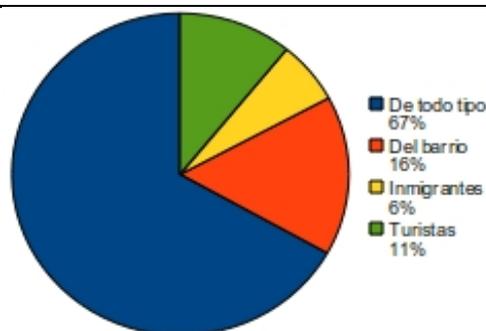
Observamos pues, que el comercio étnico no se dirige necesariamente a una clientela también étnica. Ahora bien, la mayoría de este 22%, especializado en la clientela del barrio y en los propios inmigrantes, está en el Raval. En definitiva, una tercera parte de los negocios tienden hacia una cierta especialización en la clientela, mientras que dos terceras partes, como los colmados y *badulaques* tienen una clientela más genérica, dirigida no sólo a los inmigrantes, sino que también incluyen al resto de los barceloneses y a los turistas.

En este sentido, los comercios como los bazares electrónicos o los mayoristas textiles chinos que se sitúan en las calles externas al distrito, bien comunicadas con el Ensanche barcelonés, tienen una clientela o demanda metropolitana. Por el contrario, la clientela del resto de los comercios situados dentro del barrio, como locutorios y colmados pakistaníes, carnicerías y peluquerías marroquíes o pakistaníes, serían sobre todo comercios destinados a inmigrantes y residentes autóctonos del barrio. Finalmente, las tiendas de souvenirs de comerciantes indios en La Rambla, están en cambio, destinadas a los turistas.

---

**Gráfico 2.19** CLIENTELA A LA QUE SE DIRIGEN LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA

---



---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 111)*

---

El 6%, corresponde principalmente a carnicerías halal y otros comercios, donde es la propia comunidad étnica la que crea una demanda de determinados bienes y

servicios étnicos que sólo pueden ser satisfechos por su propia etnia, ya que son ellos mismos quienes poseen el conocimiento de los gustos y las preferencias de compra.

**Tabla 2.6 TIPOS DE CLIENTELA EN CIUTAT VELLA SEGÚN TIPO DE COMERCIO Y DE ORIGEN**

Tipo de comercio	Origen	Cientes de todo tipo	Cientes del barrio	Cientes inmigrantes	Turistas
Bar	Pakistán	6	1		
Bazar	China	6	2		1
Bazar	Pakistán	3	1		1
Bazar electrónica	Pakistán	3			
Carnicería	Marruecos	5	2	2	
Carnicería	Pakistán	6	1	1	
Colmado	Pakistán	14	1		
Locutorio	India	2		1	
Locutorio	Pakistán	10	7	1	
Peluquería	Marruecos	3	2		
Peluquería	Pakistán	5		1	
Peluquería	Rep. Dominicana	5		1	
Restaurante	China	4			
Restaurante	Pakistán	3			
Souvenirs	India				13

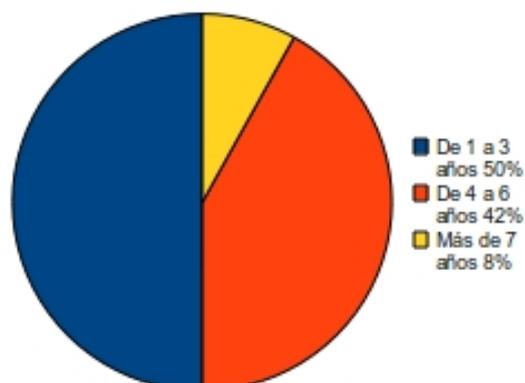
*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 112)*

## 11. La antigüedad de los comercios étnicos

El gráfico 2.20 muestra el porcentaje de los comercios étnicos según su antigüedad. Las concentraciones de comercios más antiguos están en la calle Sant Pau, en El Raval, y en calle Princesa, en Parc. En cambio, La Barceloneta, es el barrio que ha experimentado la colonización más reciente de comercios étnicos. Por otro lado, que el 50% sean empresas de nueva creación, con menos de tres años de actividad, se explica mediante las altas tasas de fracaso empresarial de estos colectivos, como

también han apuntado otros autores<sup>43</sup>.

**Gráfico 2.20** ANTIGÜEDAD DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 113)

**Tabla 2.7** NÚMERO DE COMERCIOS EN CIUTAT VELLA SEGÚN AÑOS DE ANTIGÜEDAD Y TIPOLOGÍAS EN CIUTAT VELLA

Origen/Años	<1	1	2	3	4	5	6	7	8	10	12	15	16	30
Bar			8	2		1	1							
Bazar	1	3	3		8		4			1				
Bazar electrónica		3	1				1							
Carnicería	1	2	5		5		1	1	2					
Colmado	3	5	4	2	6	2	1		1		1	1		
Locutorio	1	3	4	3	6		5		1					
Minorista textil	3	2	1		1								2	
Peluquería		2	5	4	4	2	1	1						
Restaurante	2	2	3	1	4	1			1					1
Souvenirs		7	3	2	1									

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 114)

Sin embargo, cerca del 70% de los comerciantes tienen la intención de mantener su negocio de manera indefinida. Otra señal de la voluntad de integración de la mayoría de los comerciantes, es el deseo de que sus hijos permanezcan en España, donde más del 80% de los comerciantes desean que sus hijos permanezcan en el país<sup>44</sup>.

43 BELTRÁN ANTOLÍN, J. *Las comunidades asiáticas en España: una visión panorámica*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 88, Fundació CIDOB, Barcelona, 2006, pp. 26.

44 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 128.

Es decir, la gran mayoría se manifiestan a favor de permanecer con sus hijos en la sociedad receptora.

**Tabla 2.8 NÚMERO DE COMERCIOS EN CIUTAT VELLA SEGÚN AÑOS DE ANTIGÜEDAD Y ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS COMERCIANTES**

Origen/Años	<1	1	2	3	4	5	6	7	8	10	12	15	16
Argelia	1	2											
Bangladesh		2			1		1						
China		4	2		7		3		1	1			
Ecuador	2				1								
Filipinas			4										
India	1	7	6	2	5		1		1				1
Marruecos		1	3		8	1	1	2	2				1
Pakistán	4	16	20	8	12	3	4		1		1	1	
Perú		1			1	1							
Rep. Dominicana			2	3		1	1						

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 114)*

## 12. Masculinización del empresariado étnico

Observamos que prácticamente el 80% de los empleados de los comercios étnicos son hombres. El grupo más numeroso de mujeres empleadas lo constituyen las mujeres chinas que trabajan fundamentalmente en bazares, colmados, restaurantes, tiendas de souvenirs y comercios de ropa.

En este sentido, las mujeres chinas son una excepción, puesto que además de ser las más empresarias de todas las mujeres extranjeras con permiso de trabajo, lo son incluso en mayor proporción que los varones chinos, lo cual no deja de ser un dato revelador, ya que nos indica que la migración familiar china, no impide que las mujeres tengan un estatus laboral en el país de destino, como lo tienen sus padres, maridos o hermanos. En este sentido, Sáiz López apunta a que ser empresario, conlleva un cierto prestigio social en el marco de la inmigración china<sup>45</sup>.

A las chinas, les siguen las dominicanas peluqueras. Por otro lado, observamos que las mujeres de países musulmanes, representan tan sólo el 10% de las trabajadoras femeninas. Mientras que el porcentaje de hombres de países musulmanes es del 60%. Esta desproporción entre hombres y mujeres musulmanes lleva a pensar, que

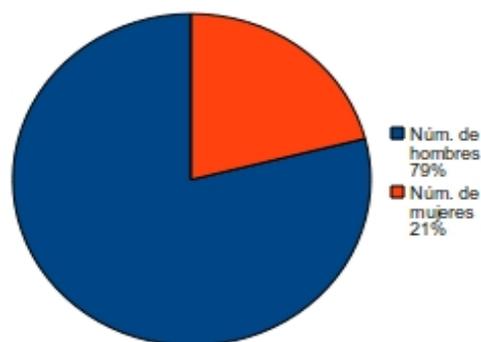
45 SÁIZ I LÓPEZ, A. *La migración china en España*, Revista CIDOB d'Afers Internacionals. Fundació CIDOB. Barcelona, n.º 68, Barcelona, 2004, pp. 160.

tal vez sea a causa de la religión, aunque a ese factor tal vez habría que añadir la escasa reagrupación familiar precisamente entre los grupos de comerciantes de países de mayoría musulmana<sup>46</sup>.

---

**Gráfico 2.21 NÚMERO DE HOMBRES Y MUJERES EN LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA**

---



---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 115)*

---

En este sentido, la religión más presente entre los comerciantes étnicos es el islam. Esta religión, está presente en muchos de los países correspondientes a los comerciantes de Ciutat Vella, sobre todo todos aquellos que van desde el Magreb hasta el Próximo Oriente.

### **13. El tipo de educación de los comerciantes**

Cerca del 40% de los comerciantes en Ciutat Vella no disponen de estudios. El tipo de formación más frecuente es la primaria. Entre los universitarios, los pakistaníes y los chinos constituyen los grupos más numerosos. Los pakistaníes y los marroquíes por otro lado forman parte del 65% de los titulares comerciantes sin formación. La educación universitaria es la más común entre los chinos. En el otro extremo están los pakistaníes, donde más del 50% son personas sin formación alguna.

El perfil más bien bajo de los inmigrantes en general, y de los pakistaníes en particular, se contradeciría con el estudio de Solé y Parella<sup>47</sup> acerca de los empresarios inmigrantes en Barcelona y Tarragona, y con el nivel de educación de los inmigrantes residentes en Ciutat Vella en 2010, que analizaremos más adelante.

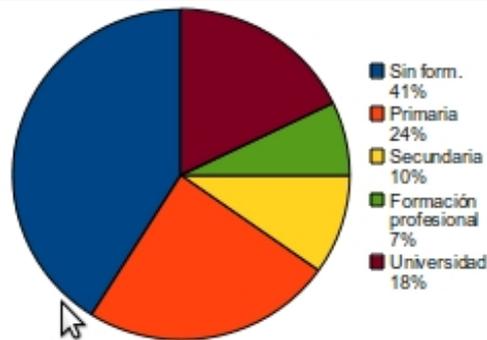
---

<sup>46</sup> Los pakistaníes forman el grupo más numeroso de comerciantes (ver anexo 1). Además, es significativo el escaso número de mujeres y de niños pakistaníes que se ven por las calles de Ciutat Vella.

<sup>47</sup> SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona, 2005, pp. 133.

Estas autoras han constatado un nivel educativo medio y superior entre sus entrevistados.

**Gráfico 2.22 EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA**

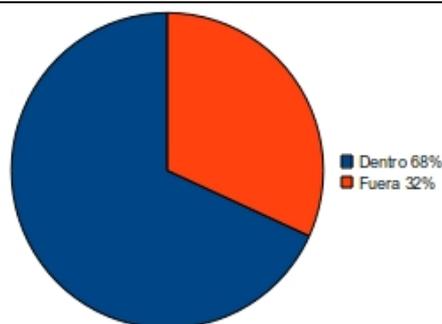


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 118)

## 14. Localización de las residencias de los comerciantes extranjeros

Observamos en el gráfico 2.23 una relación bastante directa, con un 68%, entre la localización de la residencia de los inmigrantes extranjeros y la localización de las licencias de los comerciantes extranjeros en Ciutat Vella.

**Gráfico 2.23 NÚMERO DE COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA QUE RESIDEN DENTRO Y FUERA DEL BARRIO DONDE SE LOCALIZA SU COMERCIO**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 133)

**Tabla 2.9 NÚMERO DE COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA QUE RESIDEN DENTRO O FUERA DEL BARRIO DONDE SE LOCALIZA SU COMERCIO**

Origen	Dentro	Fuera
--------	--------	-------

Argelia	1	2
Bangladesh	3	2
China	13	5
Ecuador	2	1
Filipinas	2	1
India	9	8
Marruecos	10	6
Pakistán	14	
Perú	3	
Rep. Dominicana	3	3

---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 133)*

La correlación espacial se da especialmente entre los comerciantes musulmanes. En este sentido Moreras dice que:

Los diferentes espacios comerciales y de culto actúan como puntos de referencia comunitaria dentro del marco local. La concentración espacial de estos locales contribuye a delimitar el contexto comunitario dentro de la trama urbana. Sobre ambos espacios, carnicería y mezquita, se define y ordena en el territorio comunidad, aunque entre uno y otro no se establezca un principio de vinculación o continuidad. Así puede darse el caso que el propietario de la carnicería sea uno de los promotores de la sala de oración, y que colabore directamente en su mantenimiento, aunque esto no significa que la mezquita se autofinancia a través de la venta de carne halal, o que el imán sea el encargado de certificar estos productos. En definitiva, si bien estos locales ejercen de polos de referencia para la comunidad, la relación que los vincula no sigue un patrón instituido, sino que ésta se define según su propia historia local»<sup>48</sup>.

Es decir, Moreras demostró que los establecimientos étnicos musulmanes, centros de culto y sus residencias tendían a concentrarse en el espacio.

Factores como la limitada capacidad de transporte de los inmigrantes extranjeros de Ciutat Vella, por motivos económicos, y la tendencia de los inmigrantes extranjeros, a congregarse, por motivos culturales, en función de rasgos identitarios comunes como la nacionalidad, la raza, la etnia, la lengua, la religión o la casta, también podrían explicar que tengan los comercios étnicos y centros de culto cerca del lugar donde residen.

Finalmente, estas relaciones se podrían completar a su vez con otra más: la atracción de los inmigrantes por las viviendas de precio más bajo, en las zonas

---

48 MORERAS, J. *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*, CIDOB edicions, Barcelona, 1999, pp. 240.

degradadas de la ciudad, como sucede especialmente en el Raval<sup>49</sup>.

Sin embargo, no existe una correlación directa entre el número de comerciantes de un país y el número de residentes del mismo origen. Así, algunos grupos con mucha población en Ciutat Vella tienen, en cambio, muy pocos comercios (Italia, Argentina, Ecuador, Filipinas y Marruecos). Por último, aparece el grupo de los países con numerosos comercios en relación con la población residente, proporcionalmente no tan numerosa, como son los países asiáticos de China, Bangladesh e India. En estos casos, es evidente la ausencia de una correlación directa entre el número de comercios de titulares de una determinada etnia y los residentes de la correspondiente nacionalidad. Pakistán parece un caso aparte ya que es el grupo con más comercios y con más residentes en Ciutat Vella.

De hecho, Solé y Parella destacan la tendencia a la concentración de los comercios chinos en la calle Trafalgar, y calles vecinas fuera de Ciutat Vella, e indios en La Rambla sin apenas residentes chinos ni indios en Ciutat Vella. En este sentido, hablan de la presencia de «economías de enclave étnico», en un área en la que se concentran empresas similares y se generan puestos de trabajo caracterizados por la coexistencia de empresarios y trabajadores coétnicos, independientemente del lugar donde viven<sup>50</sup>.

Las «economías de enclave étnico», se diferencian de los llamados «barrios inmigrantes», en que en los segundos, sí existe una concentración residencial y comercial. Así, tal vez se podría resumir este punto diciendo que Ciutat Vella es un extenso «barrio inmigrante» donde se localizan algunas «economías de enclave étnico».

---

49 ARAMBURU OTAZU, M. *Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del 'inmigrante' como categoría social*, Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, vol. VI, n.º 108, Universidad de Barcelona, Barcelona, 2002, pp. 86.

50 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 38.



## **CAPÍTULO III: EL EMPRESARIADO ÉTNICO EN CIUTAT VELLA**

El objetivo principal de este capítulo es desarrollar un marco para comprender la evolución empresarial étnica, y aquellos factores que influyen en el establecimiento de empresas por parte de las minorías étnicas en Ciutat Vella.

El fenómeno empresarial étnico no es un fenómeno nuevo. En Europa, empezó a ser patente después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se necesitaba abundante mano de obra para las empresas industriales, que por entonces, estaban en constante crecimiento.

Inicialmente, los inmigrantes llegaron como mano de obra temporal, en el cumplimiento de trabajos que no requerían habilidades especiales y ocupando puestos que fácilmente podían ser sustituidos. Cuando los inmigrantes comenzaron a instalarse, empezaron a surgir las condiciones necesarias para que los negocios étnicos comenzaran a evolucionar. En la actualidad, una sociedad cada vez más globalizada, ha favorecido la llegada masiva de extranjeros a todos los países occidentales. De esta forma, Ciutat Vella se ha convertido en los últimos años en un foco de inmigración para muchas nacionalidades, por su posición como puerta de entrada a Cataluña, España y Europa. Esto ha propiciado que las empresas a cargo de personas de minorías étnicas hayan incrementado su relevancia y visibilidad en los últimos años.

### **1. Teorías sobre el empresariado étnico**

El hecho por el cual ciertas etnias son mucho más propensas a adoptar la decisión de la creación de un negocio étnico es objeto de debate. Actualmente, hay dos teorías sobre la mesa. Hay autores que dicen que se deben a factores culturales, y otros que afirman que son factores estructurales, los que influyen en la decisión final de entrada en el negocio.

Los partidarios del enfoque culturalista creen que cada etnia posee una serie factores culturales muy característicos que conducen o no a la propensión de favorecer el autoempleo<sup>51</sup>.

---

51 MASUREL, E., NIJKAMP, P., VINDIGNI, G. *Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach*, en *Entrepreneurship & Regional Development*, n.º 16, Nueva York, 2004, pp. 77-86.

En este sentido, la teoría culturalista sugiere que los grupos étnicos poseen determinadas características culturales, que explican la preferencia de determinadas comunidades étnicas por la dedicación al trabajo duro, la solidaridad, la lealtad, y la orientación hacia el autoempleo<sup>52</sup>. Además, los inmigrantes a menudo se vuelven conscientes de las ventajas que puede ofrecer la cultura propia cuando llegan a un nuevo entorno. Jones nos ayudan a entender esto con el siguiente ejemplo: «Si uno es inglés, albanés o mongol, por el simple hecho de llegar a una sociedad de costumbres exóticas y de idioma incomprensible, hay muchas probabilidades de que aumente la conciencia de la propia identidad cultural y nacional»<sup>53</sup>.

Así, las diferencias culturales entre las diferentes etnias<sup>54</sup>, explican las diferentes tasas de trabajo por cuenta propia entre los diferentes grupos étnicos. Así, estos aspectos culturales explicarían, por ejemplo, la propensión a trabajar por cuenta propia de los hombres y mujeres chinos. Y a su vez, explicaría la fuerte predisposición de los chinos en sectores económicos como el textil<sup>55</sup> o la restauración.

En este sentido, una persona inmigrada es más proclive a crear un negocio cuanto más importantes son los valores empresariales compartidos que se transmiten en el seno de la familia, la escuela, el barrio y todo el tejido social que en su conjunto conforma la cultura empresarial de una nación. Además, como hemos visto, el desconocimiento de la lengua y la cultura favorecen el autoempleo. Además, el empresario de un comercio étnico suele contratar a empleados de su misma nacionalidad, aunque no siempre es así<sup>56</sup>. De esta forma, el autoempleo actuaría también como una especie de alternativa de supervivencia vinculada a los lazos de

---

52 MASUREL, E., NIJKAMP, P., VINDIGNI, G. *Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach*, en *Entrepreneurship & Regional Development*, n.º 16, Nueva York, 2004, pp. 77-86.

53 JONES, T., MCEVOY, D., MCGOLDRICK, C. *The economic embeddedness of immigrant enterprise in Britain*, en *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, n.º 8, Londres, 2002, pp. 11-31. La traducción es nuestra.

54 WALDINGER, R., MCEVOY, D., ALDRICH, H. *Spatial dimensions of opportunity structures*, R. Waldinger, H. Aldrich and R. Ward (eds), *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres, 1990b, pp. 106. Por ejemplo, un factor cultural adicional que dificultaría la creación de empresas son las remesas de dinero enviadas a la familia y a los parientes. Este fenómeno fue descubierto a principios del siglo XX cuando se comparó a los judíos y a los inmigrantes italianos en Nueva York, así el último grupo no tenía fondos suficientes para nuevas inversiones por culpa de las remesas.

55 SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006, pp. 28. En este sentido, la venta al por mayor para abastecer a la venta ambulante, ha sido constatada en otros estudios, con varios casos de mayoristas textiles chinos de la calle Trafalgar que venden sus productos a gitanos, vendedores ambulantes en mercados periódicos en pequeñas poblaciones.

56 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona, 2005, pp. 118-119.

solidaridad existentes dentro de la comunidad étnica.

El enfoque estructuralista o contextual, o también denominado teoría de la desventaja, por el contrario, sugiere que los factores externos que reciben los inmigrantes en el entorno de acogida, como pueden ser la discriminación racial o las barreras de entrada al mercado laboral, las alternativas de empleo de la sociedad de acogida, la política de inmigración que se lleva a cabo, las condiciones de mercado, la insuficiente educación o el uso deficitario del lenguaje del país de acogida, es lo que empujará a los extranjeros hacia el autoempleo.

Así, cuando las oportunidades que ofrece el entorno de la sociedad de acogida tampoco son las más propicias, los inmigrantes tendrán una fuerte propensión hacia el autoempleo, como una forma de salida económica a su situación. Estos factores externos como veremos, influyen en los diferentes grupos étnicos e inmigrantes de diferentes maneras.

Los enfoques más recientes, tratan de combinar estas dos perspectivas, mostrando así una visión más global que nos permita entender este complejo fenómeno.

El resultado, visto desde una perspectiva macroeconómica, presentará un complejo y dinámico mosaico, que tiene demasiadas variables para que las estadísticas puedan seguirle el ritmo.

## **2. Barreras de entrada al mercado laboral**

En primer lugar, observamos en la tabla 3.1 el más que notable porcentaje de la población inmigrada de Ciutat Vella que tiene estudios universitarios.

Por lo que, en el caso de Ciutat Vella, no cabe el prejuicio de que lo que impide a la mayoría de inmigrantes acceder a un puesto de trabajo es la falta de educación y experiencia. En este sentido, el 90% declara saber leer y escribir en castellano, y el 56% declara saber escribir el catalán (ver anexo 8 y 9). Esto a su vez, corrobora el bajo índice de paro entre la población activa de la población inmigrante residente en Ciutat Vella. Donde el índice de parados es de tan sólo el 7,7% (ver tabla 3.2).

En el marco de esta perspectiva, los inmigrantes se convierten en empresarios, no porque no tengan aptitudes intelectuales más que suficientes, sino por la posición de marginalidad que detentan. Una posición que les impide acceder a y negociar por un

buen puesto de trabajo.

**Tabla 3.1 EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA**

Área Geográfica	Número	%	Bachillerato Superior	%	Estudios Unversitarios	%	Total
Total de extranjeros	251.999	100,0%	54.747	21,8%	76.965	30,6%	52,4%
Unión Europea (27)	68.848	100,0%	1.773	25,8%	36.023	52,3%	78,1%
Unión Europea (15)	57.842	100,0%	14.988	25,9%	33.128	57,3%	83,2%
Unión Europea (12)	11.006	100,0%	2.785	25,3%	2.895	26,3%	51,6%
Europa Central y Oriental	10.654	100,0%	1.880	17,6%	3.511	33,0%	50,6%
Resto de Europa	1.670	100,0%	500	29,9%	915	54,8%	84,7%
Oriente Medio	1.770	100,0%	393	22,2%	865	48,9%	71,1%
Asia Central	36.382	100,0%	2.791	7,7%	2.581	7,1%	14,8%
Sudeste Asiático	7.347	100,0%	1.300	17,7%	1.509	20,5%	38,2%
Japón	1.218	100,0%	261	21,4%	816	67,0%	88,4%
África del Norte y Magreb	13.125	100,0%	1.822	13,9%	1.221	9,3%	23,2%
África Subsahariana	3.784	100,0%	470	12,4%	245	6,5%	18,9%
África Central y Meridional	536	100,0%	127	23,7%	145	27,1%	50,8%
América del Norte	3.253	100,0%	571	17,6%	2.430	74,7%	92,3%
América Central	17.451	100,0%	3.940	22,6%	6.043	34,6%	57,2%
América del Sur	85.229	100,0%	22.833	26,8%	20.466	24,0%	50,8%
Oceanía	282	100,0%	70	24,8%	177	62,8%	87,6%
Apátridas	50	100,0%	16	32,0%	18	36,0%	68,0%

*Fuente: elaboración propia a partir de encuesta demográfica de Barcelona 2007, IDESCAT.*

**Tabla 3.2 POBLACIÓN ACTIVA EN CIUTAT VELLA**

Población de más de 16 años	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Total	1 374 646	100,0%	1 150 125	100,0%	224 521	100,0%
Población activa	820 737	59,7%	638 907	55,6%	181 831	81,0%
- Ocupados	757 813	55,1%	600 966	52,3%	156 847	69,9%
- En paro	62 925	4,6%	37 941	3,3%	24 984	11,1%
Población no activa	553 090	40,3%	511 218	44,4%	42 691	19,0%
- Juvilados o pensionistas	290 252	21,1%	285 661	24,8%	...	...
- Tareas del hogar no remuneradas	102 706	7,5%	98 114	8,5%	4 592	2,0%
- Estudiando	84 221	6,1%	62 023	5,4%	22 198	9,9%
- Otras situaciones de inactividad	76 730	5,6%	65 421	5,7%	11 309	5,0%
Tasa de actividad	59,7%		55,6%		81,0%	
Tasa de ocupación	55,1%		52,3%		69,9%	
Tasa de paro	7,7%		5,9%		13,7%	

*Fuente: Fuente: elaboración propia a partir de encuesta demográfica de Barcelona 2007, IDESCAT.*

Por otro lado, presumimos que la mayoría están realizando trabajos muy por debajo de su cualificación profesional. Lo que empujaría a aquellos con unas expectativas más altas, a la creación de negocios étnicos para trabajar por cuenta propia. Una minoría sin embargo, debido a la falta de movilidad, la pobreza, la discriminación, la escasa educación y el limitado conocimiento de la cultura local, les empuja a trabajar

para las minorías étnicas de las que proceden, o a abrir un negocio para trabajar por cuenta propia. Este segundo tipo de tendencia afecta especialmente a los grupos de inmigrantes con escasa educación, como hemos visto en el caso pakistaní.

### 3. El entorno

La situación en determinadas zonas de Ciutat Vella es deplorable. Ruido y suciedad, tráfico de drogas y jeringuillas por las calles y los portales, orines en cualquier parte y viviendas patera son algunos de los problemas que denuncian los vecinos<sup>57</sup>, que en general manifiestan, que el Ayuntamiento de Barcelona no se esfuerza en Ciutat Vella como en los barrios ricos, y que lo en realidad se busca es expulsar del barrio a los vecinos de siempre.

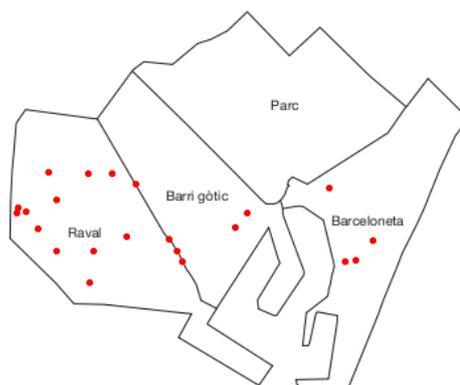
Entre las medidas que aplica el Ayuntamiento para paliar esta situación, están el incremento de detenciones a traficantes de drogas<sup>58</sup>, la mejora de vigilancia en algunos cruces que se habían convertido en puntos de venta de estupefacientes y la persecución de determinados perfiles delictivos instalados en el barrio, como es el caso de los carteristas.

Pese a todo, el 85% de los comerciantes se sienten seguros en sus comercios. Ciertamente, la mayor parte de los que se sienten inseguros están en el Raval.

---

**Mapa 3.1** SENSACIÓN DE INSEGURIDAD DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA

---



---

*Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 166-167)*

---

57 ARROYO, F. *La concejal de Ciutat Vella reclama ayuda para resolver los problemas del distrito*, El País edición on-line, Barcelona, abril, 2009.

58 *Detenidas más de 300 personas en una operación antidroga en Ciutat Vella*, ADN edición on-line, Barcelona, noviembre, 2008.

## 4. Capital requerido para la inversión inicial

Los mercados ocupados por empresarios étnicos se caracterizan por bajas barreras de entrada en términos de capital requerido para la inversión inicial y niveles muy bajos de conocimiento, una producción de pequeña escala y de alta intensidad de mano de obra y bajo valor añadido, mientras reina una feroz competencia. Lo que conduce a la aparición de un gran número de nuevas empresas, y a su vez, una alta tasa de fracaso.

Cabe resaltar la rapidez con la que se abren y se cierran estos nuevos comercios. A modo de ejemplo, Monnet<sup>59</sup> menciona en su libro a una tienda de comestibles marroquí que cerró sus puertas después de menos de un año de actividad, o una tienda de artesanía africana que no duró más de dos años. Así, el tejido comercial del barrio está en perpetuo movimiento. Si bien ha habido cierres de negocios étnicos, los traspasos han sido igual de numerosos, con lo que el comercio étnico se ha consolidado en Ciutat Vella.

Así, en muchos casos, la falta de capital humano y financiero relega estos negocios a los estratos más bajos de la estructura ocupacional, a menudo, en actividades poco rentables, muy expuestas a la competencia, y en sectores progresivamente abandonados por los autóctonos<sup>60</sup>.

En este sentido, los comercios de los pakistaníes parecen ser una alternativa al desempleo, mientras que los negocios chinos, con mejor formación, persiguen obtener mayores ingresos y posibilidades de movilidad laboral ascendente. De esa forma, chinos por una parte y pakistaníes por otra, se situarían en los dos extremos de la escala social de los inmigrantes de Ciutat Vella.

Cerca de la mitad de los chinos (46%) se dedican a los comercios mayoristas textiles, un tipo de negocio que parece mucho más rentable económicamente que los característicos colmados, locutorios, peluquerías, carnicerías, restaurantes y bares pakistaníes.

En cambio, muchos de los pakistaníes deciden aceptar el traspaso del negocio

---

59 MONNET, N. *El uso del espacio público por parte de los nuevos habitantes del casc antic de Barcelona: continuidad e innovaciones*, Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, n.º 69, Barcelona, 2000, pp. 111.

60 PARELLA RUBIO, S. *Estrategias étnicas de los comercios étnicos en España. El caso de la ciudad de Barcelona*, Ponencia presentada en el IV Congreso Español de la Inmigración en España, Girona, 2004, pp. 6.

anterior, para así evitar costos en nuevas licencias. Estos traspasos, suelen estar motivados por la dificultad de continuar con un negocio, que los pakistaníes por su parte, estarán dispuestos a afrontar con mayor esfuerzo<sup>61</sup>. En este sentido, muchos de los empresarios étnicos reconocen haber montado su comercio a partir de un traspaso ofrecido por un autóctono<sup>62</sup>.

Además, de no ser así, el pakistaní no tendría más remedio que asumir un nuevo trabajo, quizás más duro, en caso de estar en el paro. Lo que venimos diciendo de los pakistaníes, sería aplicable en buena parte, a los marroquíes y los bangladeshís en Ciutat Vella.

Sin embargo, también existen restaurantes chinos que dedican muchas horas de trabajo. Aún así, la tendencia de los restaurantes pakistaníes, más caracterizados por la comida rápida de tipo *doner kebab*, es a abrir más horas que los restaurantes chinos. Esos locales chinos, por otra parte, suelen tener más prestancia, más años de antigüedad y probablemente se dirigen a una clientela autóctona más exigente<sup>63</sup>.

En este sentido, podemos señalar dos tipos de establecimientos étnicos en función de su rentabilidad: un primer nivel, ocupado por nichos marginales rechazados o abandonados por los autóctonos, como son los establecimientos de comestibles y de hostelería. Y otro nivel, que lo constituirían los negocios que se benefician de la importación o de los menores costos de producción local, como las tiendas de ropa y las tiendas de electrodomésticos.

## 5. Capital requerido para la inversión inicial

Los negocios étnicos se caracterizan generalmente por una capacidad de innovación bastante baja. Primero, los inmigrantes adquieren los conocimientos y el capital necesario. Después, cuando consideran que es el momento adecuado y se sienten seguros de sus habilidades y capacidades, dan el siguiente paso, y crean su propio negocio<sup>64</sup>. Pero, ¿cómo adquieren el capital necesario para ello?

---

61 PARELLA RUBIO, S. *Estrategias étnicas de los comercios étnicos en España. El caso de la ciudad de Barcelona*, Ponencia presentada en el IV Congreso Español de la Inmigración en España, Girona, 2004, pp. 6.

62 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 134.

63 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 134.

64 IYER, G., SHAPIRO, J.M. *Ethnic entrepreneurial and marketing systems: implications for the global economy*, Journal of International Marketing, n.º 7,. New York. 1999, pp. 95.

Reunir el capital necesario para iniciar un pequeño negocio es indiscutiblemente uno de los mayores retos en el proceso de creación de empresas. Esto también es válido para los empresarios étnicos.

En este sentido, varios estudios han demostrado cómo la mayoría de los empresarios étnicos acumulan la mayor parte de su capital para la puesta en marcha de un negocio. Así, la mayoría lo hacen a través de sus propios ahorros, otros organizan sus préstamos con sus parientes o dentro de una misma comunidad étnica, mientras que sólo un pequeño número de préstamos son adquiridos en un banco<sup>65</sup>.

Esto es sorprendente, ya que los inmigrantes suelen llegar con ahorros de unos pocos euros y muchas veces se ganan la vida con mano de obra no cualificada, donde les pagan apenas lo suficiente para sobrevivir. Hacen largas jornadas de trabajo, llevando una vida espartana sin comodidades de ningún tipo y en muchos casos tienen varios empleos para poder acumular los ahorros necesarios<sup>66</sup>.

Entre aquellos que organizan sus préstamos con sus parientes o dentro de una misma comunidad étnica, a modo de ejemplo, un método popular para la acumulación de recursos financieros entre los empresarios chinos, es a través de las asociaciones de microcréditos rotativo (ROSCA)<sup>67</sup>. Estos métodos facilitan el nacimiento de innumerables empresas a nivel mundial, porque se rompen los trámites burocráticos, facilitan la eficiencia del capital, y permiten el nacimiento de negocios en un contexto en el que las personas no pueden recurrir a los canales de financiación tradicionales.

Las ROSCAS no sólo florecen donde las instituciones financieras tradicionales no satisfacen las necesidades de éstos sectores de la población, sino también cuando los grupos étnicos son objeto de discriminación, o no pueden cumplir los requisitos exigidos por las entidades bancarias. En general, las ROSCAS se pueden definir como aquellas agrupaciones voluntarias, donde los individuos se comprometen a contribuir de modo regular a un fondo común en intervalos periódicos, y donde ese

---

65 BASU, A., GOSWAMI, A. *Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: a multivariate analysis*, Small Business Economics, n.º 13, Londres, 1999, pp. 57-70.

66 BOISSEVAIN, J., BLAUSCHKEE, H., GROTENBERG, H., JOSEPH, I., LIGHT, I., SWAY, M., WALDINGER, R., WERNMER, P. *Ethnic entrepreneurs and ethnic strategies*, en R. Waldinger, H. Aldrich and R. Ward (eds), *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres, 1999, pp. 131.

67 BATES, T. *Financing small business creation: the case of Chinese and Korean immigrant entrepreneurs*, Journal of Business Venturing, n.º 12, Londres, 1997, pp. 109.

fondo común será asignado a un sólo miembro del grupo de acuerdo a sus reglas de rotación<sup>68</sup>.

Así, cuando uno de los miembros retira todo dinero acumulado en el fondo, lo podrá utilizar para fines comerciales, pero quedará excluido de la distribución de fondos futuros, y deberá seguir pagando hasta el final del período de la ROSCA.

Por otro lado, hay que destacar que la gran mayoría de los comerciantes en Ciutat Vella, pertenecen a la religión islámica. Según el Corán y la tradición islámica, las operaciones financieras en las que se cobran intereses, son usura. Y la usura, es una actividad no permitida en la religión musulmana.

En cuanto a la comunidad pakistaní, Beltrán Antolín y Sáiz López nos explican que el capital inicial para la apertura de los negocios suele proceder del trabajo de forma asalariada. Así, cuando se dispone de cierto volumen de capital, se invierte el capital ahorrado. Sin embargo, estos autores apuntan a que la gran proliferación de negocios pakistaníes se nutre especialmente de otro tipo de estrategias económicas muy habituales como el *kameti*, que se define como:

Un sistema de ahorro y crédito rotativo sin intereses mediante asociaciones de amigos, familiares y vecinos, así como de préstamos sin interés en los que se movilizan las redes sociales de cada persona a escala local y transnacional incluyendo a parientes y no parientes. Así muchas veces los nuevos negocios se emprenden con capital procedente de muchos lugares del mundo. En el kameti cada miembro paga una cantidad fija a un fondo común semanal o mensualmente, y recibe a su vez la cantidad que ha pagado al cabo del tiempo. En caso de necesidad se puede recurrir al fondo común, para luego devolver todo lo que se obtuvo por encima de la aportación personal, de modo que nadie pierde y se garantiza la recuperación del ahorro. También es habitual comenzar un negocio de forma cooperativa, es decir, varias personas ponen en común capital a modo de acciones. La mano de obra son ellos mismos, llegando a acuerdos sobre cómo organizarse y cómo repartir las ganancias<sup>69</sup>.

De esta forma, en las dos estrategias de financiación expuestas, la confianza es el valor fundamental y clave para su viabilidad. Sorprende la aparente informalidad de estas estrategias y prácticas económicas, eludiendo la intervención de instituciones financieras, y los contratos legales.

---

68 CALOMIRIS, C.W., RAJARAMAN, I. *The role of ROSCAs: lumpy durables or event insurance?*, Journal of Development Economics, n.º 56, Londres, 1997, pp. 201-229.

69 BELTRÁN ANTOLÍN, J., SÁIZ LÓPEZ, A. *La comunidad pakistaní en España*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 78, Fundació CIDOB, Barcelona, 2007, pp. 33-56.



## Conclusiones

En los últimos cuatro años, el número de inmigrantes extranjeros se ha estabilizado en el distrito de Ciutat Vella, en el centro histórico de Barcelona, donde han proliferado los comercios de este colectivo. La transformación del tejido comercial ha sido espectacular: centenares de comercios étnicos se han implantado durante los últimos años en un espacio que está entre lo degradado y lo privilegiado, la Barcelona extranjera donde se mezclan, por una parte los inmigrantes que obtienen una vivienda y un trabajo en condiciones muy duras, y por otra parte, los turistas en busca de ocio, lugares típicos y lujo.

El comercio del inmigrante de Ciutat Vella se caracteriza por tener unas reducidas dimensiones, una jornada larga para competir con el resto de los comercios y la presencia de familiares empleados y de otros empleados del mismo origen geográfico que el del titular del negocio.

Los tipos de comercios étnicos predominantes son las tiendas de souvenirs, los colmados y *badulaques*, los locutorios, los bazares, las carnicerías, los minoristas y mayoristas de ropa, los bares y los restaurantes de comida rápida tipo *döner kebab* (que significa “carne a la parrilla que da vueltas” en turco). La mayoría de los titulares de comercios étnicos son musulmanes, donde predominan los pakistaníes, marroquíes y bangladeshís, y también indios, filipinos y chinos, el grupo más reciente.

El trabajo ha mostrado también la caracterización de dos tipos de comercio étnico en Ciutat Vella. En primer lugar, el de «supervivencia», con titulares con baja formación que buscan en el autoempleo como una alternativa al desempleo. Propio de negocios de proximidad, dirigidos principalmente a la clientela de barrio de inmigrantes y autóctonos, y con horarios prolongados. En esta categoría se podrían incluir los comercios de los pakistaníes, marroquíes, filipinos y bangladeshís, con comercios como locutorios, restaurantes étnicos de comida rápida, colmados, bazares, peluquerías y carnicerías halal.

En segundo lugar, se podría hablar de un perfil de ascenso social, cuyos titulares tienen más formación y se dedican a actividades en las que encuentran ventajas comparativas respecto de los autóctonos, gracias a las redes étnicas. El paradigma, es el mayorista textil chino que ha reemplazado al autóctono en la zona de la calle Trafalgar, en Parc. La importancia de las redes familiares y étnicas es pues

indiscutible. Este tipo de conexiones interrelacionales desempeñan un papel crucial en el éxito de las empresas étnicas y pueden compensar las desventajas con las que se encuentran muchos extranjeros. A modo de ejemplo, Beltrán Antolín destaca el caso de los mayoristas de ropa chinos que importan su mercancía directamente desde China, de los talleres de la propia familia, o bien de otros importadores chinos presentes en Italia, Francia y Países Bajos<sup>70</sup>.

Respecto del primer grupo, existen dos tipos de negocios: los que han sido progresivamente abandonados por los comerciantes autóctonos, como los colmados o los bares; y por otro lado, existen otros negocios de proximidad, dirigidos principalmente a la nueva demanda local de inmigrantes coétnicos, como carnicerías, peluquerías y locutorios. Los grupos étnicos típicos que se incluyen en este grupo, son los pakistaníes y los marroquíes sobre todo, y en menor medida, los bangladeshís y los filipinos. Este tipo de comercio suele localizarse en los barrios de Ciutat Vella con mayor población inmigrante, sobre todo en el interior de esos barrios.

El segundo tipo de comerciante étnico, busca una clientela potencial más general o abierta. Suele ocuparse de actividades con mayor rentabilidad, como son las tiendas de souvenirs, los bazares electrónicos y los mayoristas de ropa. Sus titulares suelen tener una mejor formación que el grupo anterior de comercios de proximidad. Los comercios de souvenirs se encuentran dominados por los indios, en uno de los ejes turísticos de la ciudad más importantes, La Rambla. Mientras que los bazares electrónicos, donde también dominan los indios, y los mayoristas de ropa chinos, se hallan en ejes periféricos del distrito con gran atractivo comercial; las rondas de Sant Pau y de Sant Antoni, y en menor medida, de Sant Pere. Así, el compromiso de trabajar duro, una virtud típica de los pueblos asiáticos, es un factor crucial durante el proceso de puesta en marcha de un negocio. Además, factores de capital humano, como pueden ser el nivel educativo del emprendedor y la formación de los empleados tienen un efecto muy importante.

Se podría decir, que ambos tipos de negocios han reactivado económicamente Ciutat Vella, aumentando la sensación de seguridad de los barrios. Estos aspectos, junto con la repoblación demográfica del distrito, han contribuido a detener la crisis del pequeño comercio que afectaba al distrito desde mediados de los años 90'.

---

70 BELTRÁN ANTOLÍN, J. *Las comunidades asiáticas en España: una visión panorámica*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 88, Fundació CIDOB, Barcelona, 2006, pp. 16-17.

El Raval es el barrio del distrito de Ciutat Vella con más población extranjera, y también con más comercios étnicos. La densidad de comercios étnicos es también especialmente alta en torno a la calle Princesa en Parc. Por otra parte, en cuanto a la concentración lineal o de ejes de calles son; las calles Hospital y Joaquín Costa, ambas en El Raval; la calle Princesa, con sus bazares, en Parc; y La Rambla, con sus tiendas de souvenirs.

En cuanto a las nacionalidades, los comercios pakistaníes con sus colmados, restaurantes, locutorios, peluquerías y carnicerías, predominan en todos los barrios de Ciutat Vella, excepto en Parc, donde hay una alta concentración de comercios chinos. Los demás grupos principales, indios, chinos y marroquíes, están presentes en todos los barrios, pero se concentran principalmente: en el caso de las tiendas de souvenirs indias, en La Rambla; en el caso de los marroquíes, con sus peluquerías y bares, en El Raval y en Parc; en el caso de los comercios mayoristas textiles chinos, en la calle Trafalgar y en el Ensanche barcelonés, ya fuera de los límites de Ciutat Vella.

Se pueden destacar varios aspectos en cuanto a la estructura del comercio étnico. Por un lado, el elevado número de horas de la jornada, que supera ampliamente las diez horas de media. La dureza de los horarios confirma de alguna manera el carácter de autoexplotación. La mayoría de los comercios disponen de uno o dos empleados, dato que se corresponde de algún modo con la escasa superficie de los comercios, la mayoría de los cuales no supera los 60 metros cuadrados.

Un 40% del total de los empleados de los comercios étnicos con más de un trabajador son familiares del titular del negocio, aunque en la mayoría de los comercios existen empleados del mismo origen geográfico que el titular. Este aspecto reafirma la importancia de las redes étnicas en la implantación de los comercios étnicos.

Otra de las conclusiones, es que en la mayoría de casos, existe una proximidad geográfica entre los comercios y la residencia de los inmigrantes extranjeros. Por otro lado, a mayor número de residentes extranjeros de una nacionalidad concreta, no implica mayor número de comercios de extranjeros de esa misma nacionalidad. Sin embargo, la mayoría de los comerciantes étnicos manifiestan que residen en Ciutat Vella.

También hemos visto que fuera de las tres islas comerciales privilegiadas de Ciutat

Vella: La Rambla; Barna Centre, centro comercial que empieza en el Portal de l'Àngel; y la zona de El Born, si no se llega a dar este boom de los comercios étnicos, se hubiera producido una mayor decadencia demográfica y urbana, puesto que las cosas continuarían peor que en los 90'.

En cambio, no existe en la opinión pública una visión suficientemente favorable respecto del empresario extranjero que abre un comercio étnico en Ciutat Vella. Se suelen subrayar los aspectos de marginalidad, falta de estética, baja calidad, repetición de las mismas tipologías, falta de variedad, exceso de comercios o se recurre incluso al argumento de la ilegalidad. Pocos ven en el empresariado étnico un fenómeno de impacto positivo en Ciutat Vella. Gracias al comercio étnico, muchas calles de ese distrito no están abandonadas, y las islas privilegiadas ya no son los únicos lugares por donde pueden transitar los turistas.

Desde nuestro punto de vista, los titulares de los comercios étnicos son verdaderos empresarios; no son marginados. Generan riqueza y puestos de trabajo, con frecuencia no sólo de coétnicos, sino también de autóctonos contratados<sup>71</sup>. Por otro lado, la ilegalidad no constituye en absoluto un rasgo étnico específico, ni tampoco la pauta predominante de los comercios étnicos<sup>72</sup>.

Finalmente, los comercios étnicos constituyen una línea de investigación todavía incipiente, que es necesario incentivar, y no desincentivar mediante ordenanzas municipales, si queremos reconocer y fomentar el papel que han tenido los inmigrantes y los empresarios extranjeros en la revitalización de los centros metropolitanos y otras zonas como el Raval, con síntomas de declive urbano.

---

71 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 139.

72 SOLÉ, C., PARELLA, S. *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundació CIDOB, Barcelona. , 2005, pp. 130.

## Bibliografía

- ARAMBURU OTAZU, M. *Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del 'inmigrante' como categoría social*, Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, vol. VI, n.º 108, Universidad de Barcelona, Barcelona, 2002.
- BASU, A., GOSWAMI, A. *Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: a multivariate analysis*, Small Business Economics, n.º 13, Londres, 1999.
- BAYES, T. *Financing small business creation: the case of Chinese and Korean immigrant entrepreneurs*, Journal of Business Venturing, n.º 12, Londres, 1997.
- BELTRÁN ANTOLÍN, J., OSO, L., RIBAS, N. *El empresariado étnico en España*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 68, Fundació CIDOB, Barcelona, 2004.
- BELTRÁN ANTOLÍN, J. *Las comunidades asiáticas en España: una visión panorámica*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 88, Fundació CIDOB, Barcelona, 2006.
- BELTRÁN ANTOLÍN, J., SÁIZ LÓPEZ, A. *La comunidad pakistaní en España*, en Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 78, Fundació CIDOB, Barcelona, 2007.
- BOISSEVAIN, J., BLAUSCHKEE, H., GROTENBERG, H., JOSEPH, I., LIGHT, I., SWAY, M., WALDINGER, R., WERNMER, P. *Ethnic entrepreneurs and ethnic strategies*, en R. Waldinger, H. Aldrich and R. Ward (eds), *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres, 1999.
- BUCLEY IGLESIAS, M. *Inmigración y comercio en Madrid*, Nuevos negocios para nuevas gentes, en Anales de Geografía de la Universidad Complutense, n.º 18, Madrid, 1988.
- CALOMIRIS, C.W., RAJARAMAN, I. *The role of ROSCAs: lumpy durables or event insurance?*, Journal of Development Economics, n.º 56, Londres, 1997.
- CARRERAS I VERDAGUER, C. *Els eixos comercials metropolitans*, Ajuntament de Barcelona, Comerç, Consum i Turisme, Barcelona, 1999.
- CARRERAS I VERDAGUER, C. *Atlas comercial de Barcelona*, Ajuntament de Barcelona y Cambra de Comerç de Barcelona, Barcelona, 2003.
- CARRASCO CARPIO, C. *Mercados de trabajo: los Inmigrantes económicos*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría General de Asuntos Sociales, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (Imserso), Madrid, 1999.
- DEPARTAMENT D'ESTADÍSTICA. *Informe Estadístico: La población extranjera en Barcelona*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 2010.
- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Enquesta demogràfica 2007. Principals resultats*, IDESCAT, Barcelona, 2007.
- IYER, G., SHAPIRO, J.M. *Ethnic entrepreneurial and marketing systems: implications for the global economy*, Journal of International Marketing, n.º 7, New York, 1999.
- JONES, T., MCEVOY, D., MCGOLDRICK, C. *The economic embeddedness of immigrant enterprise in Britain*, en International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, n.º 8, Londres, 2002.
- GREENE, P., OWEN, M. *Race and ethnicity*, en W.B. Gartner, K.G. Shaver, N.M. Carter and P.D. Reynolds (eds), *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Nueva York, 2004.
- LIGHT, I., GOLD, S. *Ethnic Economies*, Academic Press, San Diego, 2000.
- MASUREL, E., NIJKAMP, P., VINDIGNI, G. *Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach*, en Entrepreneurship & Regional Development, n.º 16, Nueva York, 2004.
- MONNET, N. *El uso del espacio público por parte de los nuevos habitantes del casc antic de Barcelona: continuidad e innovaciones*, Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, n.º 69, Barcelona, 2000.

PARELLA RUBIO, S. *Estrategias étnicas de los comercios étnicos en España. El caso de la ciudad de Barcelona*, Ponencia presentada en el IV Congreso Español de la Inmigración en España, Girona, 2004.

PUJADAS J.J. Etnicidad. *Identidad cultural de los pueblos*, Eudema, Madrid, 1993.

SÁIZ I LÓPEZ, A. *La migración china en España*, Revista CIDOB d'Afers Internacionals. Fundació CIDOB. Barcelona, n.º 68, Barcelona, 2004.

SAN ROMÁN, T. *Entre la marginación y el racismo. Reflexiones sobre la vida de los gitanos*, Alianza Universidad, Madrid, 1994.

SERRA POZO, P. *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella*, Fundación la Caixa, Barcelona, 2006.

SOLÉ I AUBIA, M., RODRÍGUEZ ROCA, J. *Pakistaníes en España: un estudio basado en el colectivo de la ciudad de Barcelona*, Revista CIDOB d'Afers Internacionals, Fundació CIDOB, n.º 68, Barcelona, 2004.

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

WALDINGUER, R., ALDRICH, H., WARD, R. *Opportunities, group characteristics and strategies*, Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, Londres, 1990a.

WALDINGUER, R., MCEVOY, D., ALDRICH, H. *Spatial dimensions of opportunity structures*, R. Waldinger, H. Aldrich and R. Ward (eds), Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, Londres, 1990b.

ZAMORA, E., *Grupo étnico*, AGUIRRE BAZTÁN, A. (ed.), Diccionario Temático de Antropología, Boixeres, Barcelona, 1993.

## Anexos

**Anexo 1 TIPOS DE COMERCIOS SEGÚN EL ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS TITULARES DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA**

Países	Bangladesh	China	Filipinas	India	Marruecos	Pakistán	Perú	Rep. Dominicana	Total
Artesanía					1				1
Bar			1	1	1	8			11
Bazar	1	13		6		6	1		27
Bazar electrónica				3		4			7
Bisutería		1	1	2			1		5
Cambio de moneda				1					1
Carnicería					11	9			20
Colmado	5	2	1	3	3	18	2		34
Comida para llevar			1						1
Cosmética-perfumería						2			2
Droguería						1			1
Electricidad						1			1
Envío de remesas			1						1
Ferretería	1								1
Frutas y verduras						1			1
Internet y/o móviles						2			2
Locutorio				4	1	24	1	1	31
Maletas	1								1
Minorista textil	1	3		2	1	2	1		10
Mayorista textil	1	22		1					24
Música					1				1
Panadería						1			1
Peluquería				1	7	7		6	21
Restaurante		5	4	2	1	7			19
Souvenirs				25		1			26
Tabacos		1							1
Zapatería		1							1
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>48</b>	<b>9</b>	<b>51</b>	<b>27</b>	<b>94</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>252</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 100)

**Anexo 2 PROMEDIO DE EMPLEADOS DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA**

Origen	Promedio de empleados	Número
Rep. Dominicana	1,43	7
Ecuador	1,67	3
Marruecos	1,68	19
Pakistán	1,95	76
Argelia	2,33	3
Bangladesh	2,33	6
India	2,36	28
Filipinas	2,50	4
China	2,79	19

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 99)

**Anexo 3 EVOLUCIÓN POR NACIONALIDADES DE LOS RESIDENTES EXTRANJEROS MAYORITARIOS EMPADRONADOS EN CIUTAT VELLA Y EN BARCELONA ENTRE LOS AÑOS 2006 Y 2010**

Nacionalidades	2 006	%	2 007	%	2 008	%	2 009	%	2 010	%	Tasa de Crecimiento
Italianos en Barcelona	14 447	5,6%	17 556	7,0%	20 843	7,4%	22 684	7,7%	22 946	8,1%	1,2%
Italianos en Ciutat Vella	2 102	14,5%	2 680	15,3%	3 226	15,5%	3 554	15,7%	3 737	8,0%	
Ecuatorianos en Barcelona	31 423	12,1%	25 351	10,1%	22 943	8,2%	22 210	7,5%	20 459	7,2%	-7,9%
Ecuatorianos en Ciutat Vella	2 649	8,4%	1 928	7,6%	1 598	7,0%	1 392	6,3%	1 241	2,7%	
Pakistaníes en Barcelona	14 251	5,5%	13 093	5,2%	15 966	5,7%	17 735	6,0%	18 150	6,4%	2,3%
Pakistaníes en Ciutat Vella	6 377	44,7%	5 563	42,5%	6 079	38,1%	5 785	32,6%	5 594	11,9%	
Bolivianos en Barcelona	11 495	4,4%	16 352	6,5%	18 759	6,7%	17 672	6,0%	15 541	5,5%	-12,1%
Bolivianos en Ciutat Vella	872	7,6%	1 116	6,8%	1 326	7,1%	1 186	6,7%	1 059	2,3%	
Peruanos en Barcelona	16 115	6,2%	14 439	5,8%	15 240	5,4%	15 613	5,3%	14 717	5,2%	-5,7%
Peruanos en Ciutat Vella	681	4,2%	528	3,7%	595	3,9%	578	3,7%	517	1,1%	
Chinos en Barcelona	11 632	4,5%	11 095	4,4%	12 938	4,6%	14 076	4,8%	14 398	5,1%	2,3%
Chinos en Ciutat Vella	1 055	9,1%	846	7,6%	844	6,5%	956	6,8%	902	1,9%	
Marroquíes en Barcelona	15 522	6,0%	13 348	5,3%	13 998	5,0%	14 402	4,9%	13 916	4,9%	-3,4%
Marroquíes en Ciutat Vella	4 468	28,8%	3 648	27,3%	3 601	25,7%	3 487	24,2%	3 198	6,8%	
Franceses en Barcelona	9 061	3,5%	10 720	4,3%	12 557	4,5%	13 454	4,6%	13 238	4,7%	-1,6%
Franceses en Ciutat Vella	1 262	13,9%	1 580	14,7%	1 944	15,5%	2 165	16,1%	2 133	4,6%	
Colombianos en Barcelona	14 616	5,6%	12 436	5,0%	13 032	4,6%	14 521	4,6%	12 962	4,6%	-4,1%
Colombianos en Ciutat Vella	1 102	7,5%	866	7,0%	811	6,2%	842	6,2%	834	1,8%	
Argentinos en Barcelona	13 265	5,1%	10 074	4,0%	9 922	3,5%	9 763	3,3%	8 855	3,1%	-9,3%
Argentinos en Ciutat Vella	1 661	12,5%	1 184	11,8%	1 175	11,8%	1 194	12,2%	1 055	2,3%	
Brasileños en Barcelona	6 313	2,4%	6 985	2,8%	9 006	3,2%	9 662	3,3%	8 070	2,8%	-16,5%
Brasileños en Ciutat Vella	723	11,5%	730	10,5%	875	9,7%	978	10,1%	847	1,8%	
Filipinos en Barcelona	6 660	2,6%	6 188	2,5%	7 023	2,5%	7 631	2,6%	7 752	2,7%	1,6%
Filipinos en Ciutat Vella	4 097	61,5%	3 754	60,7%	4 239	60,4%	4 486	58,8%	4 521	9,7%	
Alemanes en Barcelona	5 355	2,1%	6 277	2,5%	7 070	2,5%	7 383	2,5%	7 304	2,6%	-1,1%
Alemanes en Ciutat Vella	846	15,8%	1 022	16,3%	1 158	16,4%	1 204	16,3%	1 224	2,6%	
Dominicanos en Barcelona	7 697	3,0%	6 556	2,6%	7 101	2,5%	7 315	2,5%	7 053	2,5%	-3,6%
Dominicanos en Ciutat Vella	1 360	17,7%	998	15,2%	1 011	14,2%	930	12,7%	864	1,8%	

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

---

**Anexo 4 TOTAL DE EXTRANJEROS SOBRE LA POBLACIÓN EN BARCELONA Y CIUTAT VELLA**

---

Barcelona	260 058	15,9%	250 789	15,6%	280 817	17,3%
Ciutat Vella	40 952	15,7%	37 980	15,1%	41 572	14,8%
<b>Població</b>	<b>2 009</b>	<b>%</b>	<b>2 010</b>	<b>%</b>		
Barcelona	294 918	18,1%	284 632	17,6%		
Ciutat Vella	42 318	14,3%	41 281	14,5%		

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

---

**Anexo 5 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXTRANJEROS EN CIUTAT VELLA DURANTE LOS AÑOS 2001 a 2010**

---

<b>Año</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
2001	15 513	+ 7 004,00
2002	22 517	+ 8 317,00
2003	30 834	+ 4 331,00
2004	35 165	+ 2 880,00
2005	38 045	+ 2 907,00
2006	40 952	-2 972
2007	37 980	+ 3 592,00
2008	41 572	+ 746,00
2009	42 318	+ 746,00
2010	41 281	- 1 037

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 6 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXTRANJEROS EN CIUTAT VELLA DURANTE LOS AÑOS 2009 y 2010**

Distritos	Extranjeros Enero 2009		
	Número	% sobre población extranjera	% sobre la población
Barcelona	294.918	100,0%	18,1%
Ciutat Vella	42.318	14,3%	40,9%
- El Raval	22.961	7,8%	47,8%
- El Barri Gòtic	6.157	2,1%	38,4%
- La Barceloneta	4.751	1,6%	29,3%
- Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	8.449	2,9%	36,6%
Eixample	48.205	16,3%	18,1%
Sants-Montjuïc	35.573	12,1%	19,6%
Les Corts	9.638	3,3%	11,8%
Sarrià-Sant Gervasi	17.189	5,8%	12,0%
Gràcia	19.352	6,6%	15,8%
Horta-Guinardó	22.291	7,6%	13,1%
Nou Barris	28.210	9,6%	16,8%
Sant Andreu	19.298	6,5%	13,3%
Sant Martí	35.009	11,9%	15,3%
Distritos	Extranjeros Enero 2010		
	Número	% sobre población extranjera	% sobre la población
Barcelona	284.632	100,0%	17,6%
Ciutat Vella	41.281	14,5%	40,5%
- El Raval	22.446	7,9%	47,3%
- El Barri Gòtic	5.915	2,1%	37,8%
- La Barceloneta	4.663	1,6%	28,9%
- Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	8.252	2,9%	36,6%
Eixample	46.823	16,5%	17,7%
Sants-Montjuïc	35.015	12,3%	19,3%
Les Corts	9.320	3,3%	11,4%
Sarrià-Sant Gervasi	16.263	5,7%	11,4%
Gràcia	18.952	6,7%	15,6%
Horta-Guinardó	21.808	7,7%	12,9%
Nou Barris	27.100	9,5%	16,3%
Sant Andreu	19.109	6,7%	13,2%
Sant Martí	34.948	12,3%	15,3%

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 7 NÚMERO DE EXTRANJEROS RESIDENTES EN LOS CUATRO DISTRITOS DE CIUTAT VELLA DURANTE EL AÑO 2010**

<b>Países</b>	<b>Ciutat Vella</b>	<b>%</b>	<b>El Raval</b>	<b>%</b>	<b>El Gòtic</b>	<b>%</b>	<b>La Barceloneta</b>	<b>%</b>	<b>Parc</b>	<b>%</b>
Total	41 281	41%	22 446	47%	5 915	38%	4 663	29%	8 252	36%
Pakistan	5 594	14%	4 388	20%	459	8%	378	8%	369	4%
Filipinas	4 521	11%	3 988	18%	237	4%	16	0%	280	3%
Italia	3 737	9%	1 185	5%	931	16%	618	13%	1 003	12%
Marruecos	3 198	8%	1 648	7%	318	5%	478	10%	754	9%
Francia	2 133	5%	718	3%	513	9%	272	6%	626	8%
Bangladesh	1 763	4%	1 668	7%	47	1%	14	0%	34	0%
Ecuador	1 241	3%	771	3%	74	1%	201	4%	195	2%
Reino Unido	1 231	3%	366	2%	280	5%	170	4%	415	5%
Alemania	1 224	3%	382	2%	285	5%	178	4%	379	5%
India	1 140	3%	878	4%	85	1%	67	1%	110	1%
Bolivia	1 059	3%	638	3%	89	2%	157	3%	174	2%
Argentina	1 055	3%	378	2%	193	3%	150	3%	334	4%
China	902	2%	331	1%	149	3%	51	1%	371	4%
Rep. Dominicana	864	2%	455	2%	54	1%	50	1%	305	4%
Brasil	847	2%	318	1%	166	3%	171	4%	192	2%
Colombia	834	2%	346	2%	168	3%	118	3%	202	2%
Portugal	645	2%	263	1%	146	2%	100	2%	136	2%
Suecia	592	1%	209	1%	126	2%	103	2%	154	2%
Chile	574	1%	219	1%	134	2%	86	2%	135	2%
EEUU	537	1%	148	1%	139	2%	73	2%	177	2%
Perú	517	1%	257	1%	67	1%	66	1%	127	2%
Rumania	504	1%	301	1%	64	1%	86	2%	53	1%
Algeria	475	1%	171	1%	64	1%	95	2%	145	2%
México	457	1%	176	1%	99	2%	56	1%	126	2%
Países Bajos	418	1%	113	1%	93	2%	69	1%	143	2%
Venezuela	296	1%	139	1%	55	1%	36	1%	66	1%
Polonia	250	1%	103	0%	44	1%	58	1%	45	1%
Rusia	236	1%	120	1%	32	1%	34	1%	50	1%
Paraguay	232	1%	138	1%	16	0%	28	1%	50	1%
Ucrania	227	1%	97	0%	17	0%	71	2%	42	1%
Cuba	210	1%	71	0%	46	1%	55	1%	38	0%
Bulgaria	194	0%	73	0%	28	0%	60	1%	33	0%
Senegal	194	0%	36	0%	22	0%	8	0%	128	2%
Belgica	193	0%	76	0%	34	1%	19	0%	64	1%
Uruguay	188	0%	81	0%	31	1%	37	1%	39	0%
Irlanda	186	0%	55	0%	36	1%	30	1%	65	1%
Suiza	160	0%	62	0%	26	0%	21	0%	51	1%
Nepal	151	0%	126	1%	8	0%	14	0%	3	0%
Grecia	129	0%	49	0%	25	0%	14	0%	41	0%
Japon	129	0%	20	0%	32	1%	5	0%	72	1%
Austria	125	0%	39	0%	30	1%	16	0%	40	0%
Dinamarca	125	0%	38	0%	30	1%	25	1%	32	0%
Honduras	125	0%	64	0%	28	0%	18	0%	15	0%
Finlandia	102	0%	26	0%	18	0%	20	0%	38	0%
Resto de países	1 767	4%	718	3%	377	6%	271	6%	401	5%

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 8 CONOCIMIENTO DE LA LENGUA CATALANA DE LOS  
EXTRANJEROS RESIDENTES EN BARCELONA DURANTE EL AÑO 2010**

Población de más de 2 años	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Total	1 554 850	100,0%	1 299 568	100,0%	255 282	100,0%
No la entiende	105 173	6,8%	36 431	2,8%	68 742	26,9%
La entiende	261 923	16,8%	149 867	11,5%	112 056	43,9%
La sabe leer	54 639	3,5%	40 388	3,1%	14 252	5,6%
La saber hablar	89 390	5,7%	80 499	6,2%	...	...
La sabe leer y hablar	169 005	10,9%	158 103	12,2%	10 902	4,3%
La sabe leer hablar y escribir	874 719	56,3%	834 281	64,2%	40 438	15,8%

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 9 CONOCIMIENTO DE LA LENGUA CASTELLANA DE LOS  
EXTRANJEROS RESIDENTES EN BARCELONA DURANTE EL AÑO 2010**

Población de más de 2 años	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Total	1 554 850	100,0%	1 299 568	100,0%	255 282	100,0%
No la entiende	15 219	1,0%	...	...	...	...
La entiende	29 981	1,9%	16 074	1,2%	13 908	5,4%
La saber hablar	71 601	4,6%	57 180	4,4%	14 421	5,6%
La sabe leer y hablar	36 474	2,3%	23 128	1,8%	13 347	5,2%
La sabe leer hablar y escribir	1 401 675	90,1%	1 197 301	92,1%	204 273	80,0%

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 10 POBLACIÓN ACTIVA EXTRANJERA DE LOS EXTRANJEROS  
RESIDENTES EN BARCELONA DURANTE EL AÑO 2010**

Población de más de 16 años	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Población activa	820 737	59,7%	638 907	55,6%	181 831	81,0%
- Ocupados	757 813	55,1%	600 966	52,3%	156 847	69,9%
- En paro	62 925	4,6%	37 941	3,3%	24 984	11,1%
Población no activa	553 090	40,3%	511 218	44,4%	42 691	19,0%
- Jubilados o pensionistas	290 252	21,1%	285 661	24,8%	...	...
- Tareas del hogar no rem.	102 706	7,5%	98 114	8,5%	4 592	2,0%
- Estudiando	84 221	6,1%	62 023	5,4%	22 198	9,9%
- Otras situaciones de inactividad	76 730	5,6%	65 421	5,7%	11 309	5,0%
Tasa de actividad	59,7%		55,6%		81,0%	
Tasa de ocupación	55,1%		52,3%		69,9%	
Tasa de paro	7,7%		5,9%		13,7%	

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

---

**Anexo 11 POBLACIÓN OCUPADA EXTRANJERA DE LOS  
EXTRANJEROS RESIDENTES EN BARCELONA DURANTE EL AÑO 2010**

---

Población Ocupada	Total		Española		Extranjera	
	Número	%	Número	%	Número	%
Total	757 813	100,0%	600 966	100,0%	156 847	100,0%
Empresario	107 089	14,1%	90 049	15,0%	17 040	10,9%
- Que contrata personal	44 103	5,8%	36 603	6,1%	...	...
- Que no contrata personal	62 986	8,3%	53 446	8,9%	9 540	6,1%
Asalariado	649 537	85,7%	509 730	84,8%	139 807	89,1%
- Con carácter fijo o indefinido	508 493	67,1%	430 730	71,7%	77 653	49,5%
- Con carácter eventual	141 044	18,6%	78 890	13,1%	62 153	39,6%
Otras situaciones	...	...	...	...	...	...

---

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

---

**Anexo 12 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE RESIDENTES  
EXTRANJEROS EN BARCELONA DURANTE EL AÑO 2010**

---

Año	Número	Incremento	Ritmo mensual	% sobre total población	Tasa de Crecimiento
2000	53 428	12 525	1 044	3,5%	30,6%
2001	74 019	20 591	1 716	4,9%	38,5%
2002	113 809	39 790	3 316	7,6%	53,8%
2003	163 046	49 237	4 103	10,7%	43,3%
2004	202 489	39 443	3 287	12,8%	24,2%
2005	230 942	28 453	2 371	14,6%	14,1%
2006	260 058	29 116	2 426	15,9%	12,6%
2007	250 789	-9 269	772	15,6%	-3,6%
2008	280 817	30 028	2 502	17,3%	12,0%
2009	294 918	14 101	1 175	18,1%	5,0%
2010	284 632	-10 286	857	17,6%	-3,5%

---

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

**Anexo 13 PORCENTAJE DE TIPOLOGÍAS DE COMERCIOS EN CIUTAT VELLA EN 2001 y 2004**

<b>Tipo de Comercio</b>	<b>2001</b>	<b>2004</b>	<b>Tipo de Comercio</b>	<b>2001</b>	<b>2004</b>
<b>Alimentación</b>	<b>21,9%</b>	<b>21,5%</b>	<b>Otros</b>	<b>16,9%</b>	<b>17,7%</b>
Carnicería	5,5%	4,8%	Agencia inmobiliaria	0,0%	0,2%
Colmado	16,4%	15,0%	Arreglo de ropa	0,0%	0,3%
Golosinas	0,0%	0,2%	Artesanía	4,0%	0,6%
Helados	0,0%	0,5%	Artículos de piel	0,0%	0,2%
Panadería	0,0%	0,3%	Bisutería	0,0%	1,0%
Frutas y verduras	0,0%	0,6%	Cambio de moneda	0,0%	0,2%
<b>Restauración</b>	<b>17,4%</b>	<b>18,2%</b>	Cosmética	0,0%	0,3%
Restaurante	11,6%	9,2%	Diversos artículos	0,0%	0,2%
Bar	5,8%	8,7%	Droguería	0,0%	0,2%
Comida para llevar	0,0%	0,3%	Electricidad	0,3%	0,2%
<b>Bazares</b>	<b>14,2%</b>	<b>8,7%</b>	Ferretería	0,0%	0,2%
Bazar	11,9%	6,9%	Herbolario	0,0%	0,2%
Bazar de electrónica	2,4%	1,8%	Lavandería	1,1%	0,5%
<b>Servicios telemáticos/ocio</b>	<b>14,5%</b>	<b>12,4%</b>	Librería	0,3%	0,2%
Internet y/o móviles	0,0%	1,6%	Maletas	0,0%	0,2%
Envío de remesas	0,0%	1,0%	Peluquería	7,1%	7,3%
Servicios fotográficos	0,0%	0,8%	Perfumería	0,0%	0,3%
Locutorio	14,5%	8,1%	Souvenirs	3,7%	5,5%
Música	0,0%	0,2%	Tabacos	0,0%	0,2%
Videoclub	0,0%	0,8%	Zapatería	0,0%	0,2%
<b>Comercio textil</b>	<b>11,1%</b>	<b>12,3%</b>	Otros	0,5%	0,0%
Mayorista textil	0,0%	4,4%	<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Minorista textil	11,1%	7,9%			

*Fuente: elaboración propia a partir de (Serra 2006: 88)*

**Anexo 14 PORCENTAJE DE COMERCIANTES POR PAÍSES Y REGIONES DEL MUNDO EN CIUTAT VELLA EN 2001 y 2004**

Países	Población	%	Comerciantes 2001	%	Comerciantes 2004	%
<b>Europa</b>	<b>12 175</b>	<b>29,49%</b>	<b>11</b>	<b>2,9%</b>	<b>7</b>	<b>3,1%</b>
Italia	3 737	9,1%			1	0,4%
Francia	2 133	5,2%				
Reino Unido	1 231	3,0%			3	1,3%
Alemania	1 224	3,0%			1	0,4%
Portugal	645	1,6%				
Suecia	592	1,4%				
Rumania	504	1,2%				
Países Bajos	418	1,0%				
Polonia	250	0,6%				
Ucrania	227	0,5%				
Bulgaria	194	0,5%				
Bélgica	193	0,5%				
Irlanda	186	0,5%			2	0,9%
Suiza	160	0,4%				
Grecia	129	0,3%				
Austria	125	0,3%				
Dinamarca	125	0,3%				
Finlandia	102	0,2%				
Rusia	236	0,6%				
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>N. África y Or. Próximo</b>	<b>3 673</b>	<b>8,90%</b>	<b>39</b>	<b>11,3%</b>	<b>32</b>	<b>14,2%</b>
Marruecos	3 198	7,7%	34	11,1%	20	8,9%
Argelia	475	1,2%	5	1,6%	4	1,8%
Arabia Saudí					1	0,4%
Egipto					1	0,4%
Irak					2	0,9%
Palestina					1	0,4%
Siria					2	0,9%
Sudán					1	0,4%
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>África Subsahariana</b>	<b>194</b>	<b>0,47%</b>	<b>8</b>	<b>2,6%</b>	<b>3</b>	<b>1,3%</b>
Senegal	194	0,5%			2	0,9%
Ghana					1	0,4%
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>América Latina y Caribe</b>	<b>8 499</b>	<b>20,59%</b>	<b>25</b>	<b>8,1%</b>	<b>17</b>	<b>7,6%</b>
Ecuador	1 241	3,0%			3	1,3%
Bolivia	1 059	2,6%				
Argentina	1 055	2,6%			2	0,9%
República Dominicana	864	2,1%			8	3,6%
Brasil	847	2,1%			1	0,4%
Colombia	834	2,0%				
Chile	574	1,4%				
Perú	517	1,3%			3	1,3%
México	457	1,1%				
Venezuela	296	0,7%				
Paraguay	232	0,6%				
Cuba	210	0,5%				
Uruguay	188	0,5%				
Honduras	125	0,3%				
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>Sur y sudeste de Asia</b>	<b>14 200</b>	<b>34,40%</b>	<b>215</b>	<b>70,0%</b>	<b>166</b>	<b>73,8%</b>
Pakistan	5 594	13,6%	148	48,2%	84	37,3%
Filipinas	4 521	11,0%	19	6,2%	6	2,7%
Bangladesh	1 763	4,3%			5	2,2%
India	1 140	2,8%	44	14,3%	45	20,0%
China	902	2,2%			26	11,6%
Nepal	151	0,4%				
Japón	129	0,3%				
Indonesia			4	1,3%		
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>Otros</b>	<b>2 304</b>	<b>5,58%</b>	<b>9</b>	<b>2,9%</b>		
Estados Unidos	537	1,3%				
Resto de países	1 767	4,3%				
<b>Países</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2001</b>	<b>%</b>	<b>Comerciantes 2004</b>	<b>%</b>
<b>Total</b>	<b>41 281</b>	<b>40,5%</b>	<b>345</b>	<b>100,0%</b>	<b>225</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

**Anexo 15 PORCENTAJE DE COMERCIANTES POR REGIONES DEL**

---

MUNDO EN CIUTAT VELLA EN 2001 y 2004

---

Regiones	Población	%	Comerciantes 2001	%	Comerciantes 2004	%
Europa	12 175	29%	11	3%	7	3%
N. África y Or. Próximo	3 673	9%	39	11%	32	14%
África Sub.	194	0%	8	3%	3	1%
Am. Lat y Caribe	8 499	21%	25	8%	17	8%
Sur y sudeste Asia	14 200	34%	215	70%	166	74%
Otros	2 498	6%	9	3%	0	0%

*Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.*

---

**Anexo 16** CLIENTELA A LA QUE SE DIRIGEN LOS COMERCIOS ÉTNICOS EN CIUTAT VELLA

---

Tipo de comercio	Origen	Cientes de todo tipo	Cientes del barrio	Cientes inmigrantes	Turistas
Bar	Pakistán	6	1		
Bazar	China	6	2		1
Bazar	Pakistán	3	1		1
Bazar electrónica	Pakistán	3			
Carnicería	Marruecos	5	2	2	
Carnicería	Pakistán	6	1	1	
Colmado	Pakistán	14	1		
Locutorio	India	2		1	
Locutorio	Pakistán	10	7	1	
Peluquería	Marruecos	3	2		
Peluquería	Pakistán	5		1	
Peluquería	Rep. Dominicana	5		1	
Restaurante	China	4			
Restaurante	Pakistán	3			
Souvenirs	India				13

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 102)*

---

**Anexo 17** NÚMERO DE COMERCIOS SEGÚN AÑOS DE ANTIGÜEDAD Y

---

---

**TIPOLOGÍASEN CIUTAT VELLA**


---

Origen/Años	<1	1	2	3	4	5	6	7	8	10	12	15	16	30
Bar			8	2		1	1							
Bazar	1	3	3		8		4			1				
Bazar electrónica		3	1				1							
Carnicería	1	2	5		5		1	1	2					
Colmado	3	5	4	2	6	2	1		1		1	1		
Locutorio	1	3	4	3	6		5		1					
Minorista textil	3	2	1		1								2	
Peluquería		2	5	4	4	2	1	1						
Restaurante	2	2	3	1	4	1			1					1
Souvenirs		7	3	2	1									

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 114)*

---

**Anexo 18 NÚMERO DE COMERCIOS SEGÚN AÑOS DE ANTIGÜEDAD Y ORIGENGEOGRÁFICO DE LOS COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA**


---

Origen/Años	<1	1	2	3	4	5	6	7	8	10	12	15	16
Argelia	1	2											
Bangladesh		2			1		1						
China		4	2		7		3		1	1			
Ecuador	2				1								
Filipinas			4										
India	1	7	6	2	5		1		1				1
Marruecos		1	3		8	1	1	2	2				1
Pakistán	4	16	20	8	12	3	4		1		1	1	
Perú		1			1	1							
Rep. Dominicana			2	3		1	1						

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 114)*

---

**Anexo 19 NÚMERO DE MUJERES EN LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA**


---

Número de mujeres	Número de comercios	Total de mujeres
0	131	0
1	30	30
2	19	38
3	2	6
4	1	4
9	1	9
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>87</b>

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 115)*

---

**Anexo 20 NÚMERO DE HOMBRES EN LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE**


---

---

**CIUTAT VELLA**

---

Número de hombres	Número de comercios	Total de hombres
0	17	0
1	66	66
2	67	134
3	20	60
4	7	28
5	3	15
7	1	7
8	1	8
9	1	9
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>327</b>

---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 115)*

---

**Anexo 21 TIPO DE EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES EN CIUTAT VELLA**

---

Origen	Primaria	Secundaria	FP	Sin formación	Universidad
Bangladesh	1				2
China	3	2		3	5
Ecuador				3	
Filipinas	1		1	1	
India	6	1		3	3
Marruecos		1	3	7	
Pakistán	8	3	3	23	6
Rep. Dominicana	1	1		1	

---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 118)*

---

**Anexo 22 NÚMERO DE COMERCIANTES QUE RESIDEN DENTRO O FUERA DEL BARRIO DONDE SE LOCALIZA SU COMERCIO**

---

Origen	Dentro	Fuera
Argelia	1	2
Bangladesh	3	2
China	13	5
Ecuador	2	1
Filipinas	2	1
India	9	8
Marruecos	10	6
Pakistán	14	
Perú	3	
Rep. Dominicana	3	3

---

*Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (Serra 2006: 133)*

**Anexo 23** PERFIL DE EDAD Y SEXO LOS EXTRANJEROS RESIDENTES EN EL DISTRITO DE CIUTAT VELLA.

Área Geográfica	Población Extranjera		Sexo		Edad Media	% Distrito de Ciutat Vella
	Número	%	% Hombres	% Mujeres		
Total de extranjeros	284 632	100,0%	52,5%	47,5%	31,9	14,5%
Unión Europea (27)	75 245	26,4%	51,8%	48,2%	33,3	16,0%
Unión Europea (15)	62 857	22,1%	52,8%	47,2%	33,8	17,3%
Unión Europea (12)	12 388	4,4%	46,7%	53,3%	30,6	
Europa Central y Oriental	12 052	4,2%	45,0%	55,0%	33,2	
Resto de Europa	1 796	0,6%	48,2%	51,8%	36,3	15,8%
Oriente Medio	1 999	0,7%	62,7%	37,3%	31,3	13,9%
Asia Central	42 498	14,9%	73,4%	26,6%	29,7	22,5%
Sudeste Asiático	8 655	3,0%	45,4%	54,6%	32,7	53,2%
Japón	1 389	0,5%	44,5%	55,5%	36	
África del Norte y Magreb	16 141	5,7%	61,6%	38,4%	29,7	23,1%
África Subsahariana	4 308	1,5%	72,1%	27,9%	29,4	
África Central y Meridional	615	0,2%	58,5%	41,5%	30,9	
América del Norte	3 581	1,3%	49,8%	50,2%	34,1	17,3%
América Central	19 758	6,9%	42,2%	57,8%	30,6	
América del Sur	96 235	33,8%	45,2%	54,8%	32,2	
Oceanía	302	0,1%	53,0%	47,0%	34,5	21,9%
Apátridas	58	0,0%	79,3%	20,7%	29,8	20,7%

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

**Anexo 24** TITULACIONES ACADÉMICAS DE LOS EXTRANJEROS RESIDENTES EN EL DISTRITO DE CIUTAT VELLA.

Área Geográfica	Número	%	Sin Estudios	%	Estudios Primarios	%
Total de extranjeros	251 999	100,0%	5 786	2,3%	65 312	26,0%
Unión Europea (27)	68 848	100,0%	645	0,9%	6 075	8,8%
Unión Europea (15)	57 842	100,0%	462	0,8%	3 167	5,5%
Unión Europea (12)	11 006	100,0%	183	1,7%	2 908	26,4%
Europa Central y Oriental	10 654	100,0%	202	1,9%	3 002	28,2%
Resto de Europa	1 670	100,0%	17	1,0%	79	4,7%
Oriente Medio	1 770	100,0%	41	2,3%	274	15,5%
Asia Central	36 382	100,0%	2 019	5,5%	21 849	60,1%
Sudeste Asiático	7 347	100,0%	149	2,0%	2 461	33,5%
Japón	1 218	100,0%	4	0,3%	47	3,9%
África del Norte y Magreb	13 125	100,0%	1 271	9,7%	6 587	50,2%
África Subsahariana	3 784	100,0%	227	6,0%	1 942	51,3%
África Central y Meridional	536	100,0%	11	2,1%	144	26,9%
América del Norte	3 253	100,0%	18	0,6%	62	1,9%
América Central	17 451	100,0%	205	1,2%	4 095	23,5%
América del Sur	85 229	100,0%	977	1,1%	18 673	21,9%
Oceanía	282	100,0%	0	0,0%	12	4,3%
Apátridas	50	100,0%	0	0,0%	10	20,0%

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona, 2010.

