

LAS CLAVES DE COMPRENSIÓN DE LA ECONOMÍA ÉTNICA MARROQUÍ EN ESPAÑA

Juan Antonio Briano Ormaechea *

jabriano@avantconsulting.es

Joaquín Eguren Rodríguez **

jeguren@iem.upcomillas.es

RESUMEN

El presente artículo presenta un caso de economía étnica en España. Se describe la capacidad de creación de autoempleo por parte de los inmigrantes marroquíes en Madrid. Para ello se analiza su nivel educativo, las posibilidades económicas, el funcionamiento de sus redes migratorias y el trasfondo cultural y político marroquí que influye en la creación de los negocios por estos inmigrantes. Especialmente se estudia la importancia del Islam que es traído por ellos desde Marruecos. Estos análisis concluyen en la necesidad de conocer cómo estos factores diseñan una economía étnica particular, hasta ahora desconocida en España.

11

Palabras clave: España, economía-étnica y marroquíes.

ABSTRACT

This paper presents a case of the ethnic economy in Spain. It describes the creation capacity of self-employment by Moroccan immigrants in Madrid. For this reason, some social and economic factors are analyzed, such as formal education, economic possibilities, the role of migration networks, and Moroccan cultural and the political background that influences business practices of the immigrants. Specifically, it studies the importance of Islamic religious prescriptions that are brought from Morocco. This analysis concludes that it is necessary to know how these factors design a particular ethnic economy, that was not known until now in Spain.

Key Words: Spain, Ethnic-economy, Morocco.

* Briano es Licenciado en Ciencias Empresariales y Económicas. Actualmente es Director de Programas Executive EOI-Escuela de Negocios siendo también profesor de la misma. Ha ocupado puestos de alta dirección en diversos sectores de negocios en España, Brasil, Italia, Portugal y Uruguay, principalmente en la industria farmacéutica.

** Eguren es Doctor en Antropología Social y Licenciado en Sociología. Es investigador del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones de la Universidad Pontificia Comillas. Está especializado en etnicidad bereber rifeña (Marruecos).

INTRODUCCIÓN

Este artículo es fruto del trabajo realizado en el año 2004 sobre la generación de autoempleo de los marroquíes en España promovida por la EOI (Escuela Oficial de Negocios). El estudio se realizó fundamentalmente en Madrid, lugar de importante concentración de marroquíes en los últimos años. El objetivo del mismo era detectar la capacidad de creación de autoempleo por parte de los inmigrantes marroquíes de acuerdo a su formación, posibilidades económicas y funcionamiento de sus redes migratorias. En este caso interesaba identificar qué tipo de empresas estaban creando y en qué grado se podía o no categorizar como economía étnica, entendiendo por tal la creación de negocios destinados a determinados colectivos particulares de inmigrantes y no tanto a la población en general. Esta distinción no tiene importancia meramente académica, sino que implica una conceptualización fundamental para desarrollar caminos, políticas y procedimientos para la empleabilidad de este colectivo inmigrante de impacto tan significativo en la actualidad y sin duda en el futuro, debido a las obvias implicaciones geográficas de cercanía y políticas entre España y Marruecos. La investigación se desarrolló a través de la explotación de datos de fuentes secundarias -padrón municipal y Seguridad Social-, la realización de tres grupos de discusión (focus Group) con marroquíes residentes en España y mediante la aplicación de la técnica etnográfica de observación participante en sus lugares de reunión y negocios.

1.- ALGUNOS DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS DE LOS MARROQUÍES EN ESPAÑA

12

La inmigración marroquí en España constituye reconocidamente uno de los colectivos extranjeros más importantes, así comunitarios como extracomunitarios. A uno de enero de 2005 la comunidad inmigrante marroquí constituía el grupo nacional extranjero empadronado más numeroso en España, con 557.219 personas, seguida por Ecuador (487.239) y Rumania (312.099). Por sexo, la gran mayoría eran hombres alcanzando el 65% frente al 35% de las mujeres. Esta situación responde a una pauta migratoria de los emigrados que han provenido fundamentalmente, en la primera época, de zonas rurales con una fuerte tradición patriarcal. La estrategia normalmente ha sido emigrar el padre de familia, si acaso con los hijos mayores -habitualmente adolescentes- para muy posteriormente llevar a cabo la reagrupación familiar de su mujer con el resto de hijos.

Por edades sobresalía que los menores de 15 años sumaban 49.935 lo que suponía el 10,7% total de marroquíes empadronados. En el otro extremo estaban los que eran mayores de 65 años que representaban apenas el 1,5%. Con lo cual se deduce que el restante 88% está en edad laboral. Concentrándose la población marroquí entre los 20 y 45 años que representaba el 70%. Con lo cual era una población muy joven, en plena edad de inserción en el mercado laboral. Las menores y adolescentes entre 0 y 15 años sumaban (22.839) con lo cual la representación femenina en esas edades era mayor a la de sus madres alcanzando el 45,7%. Mientras que las mujeres de la generación de sus madres apenas llegaban al 30%.

Otra característica de esta comunidad inmigrante es que era y sigue teniendo un bajo promedio educacional prevaleciendo aquellos con estudios primarios. Es cierto que a partir de los años noventa los flujos migratorios marroquíes hacia España han ido cambiando el perfil educacional aumentando la proporción de personas con estudios secundarios y universitarios.

2.- ANÁLISIS DE LOS PROCESOS PARA LA GENERACIÓN DE AUTOEMPLEO POR LOS MARROQUÍES EN ESPAÑA

En este apartado procederemos al análisis de los procesos para la generación de autoempleo destacándose la descripción de los factores facilitadores, los obstáculos y necesidades, las posibilidades futuras de esta actividad en la comunidad marroquí y la capacidad de sostenibilidad futura. Como se observará los factores facilitadores son componentes de índole religiosa, social y cultural que trasladan desde su país de origen y que posteriormente las adaptarán al contexto del país receptor.

2.1.- La función de las redes sociales marroquíes en el autoempleo.

Las redes sociales cumplen una función relevante en la economía étnica de las comunidades inmigrantes y minorías étnicas. En nuestro caso, tres rasgos caracterizan a las redes sociales marroquíes y que tienen incidencia en la generación de autoempleo: el parentesco, la división sexual y de género y el origen étnico interno dentro de la propia diversidad de Marruecos.

Uno de los rasgos más característicos de las redes sociales marroquíes es la relevancia que tiene el parentesco en la organización interna de éstas. En efecto, al igual que en Marruecos en España las redes se basan mucho en las relaciones de familias extensas. De manera que hay zonas en nuestro país donde residen más de 100 personas pertenecientes a una misma familia. Recordemos que el sistema de parentesco suele ser patrilineal, es decir, que una misma familia puede estar referida a una sola línea paterna. Por ejemplo, pueden ser varios hermanos de un mismo padre que han traído a sus respectivas familias. El soporte social y económico que puede proporcionar esta pequeña red familiar a la hora del empleo y de la creación de autoempleo es muy significativo. En principio se recurre primero al entorno familiar más inmediato, la familia nuclear, para solucionar los problemas luego a la familia más extensa, hermanos, tíos, primos, etc.

13

La división de género y sexual cruzada con el parentesco atraviesa transversalmente la naturaleza de las redes marroquíes. Dado que el hombre es el que domina el espacio público en Marruecos también lo hace en las redes sociales originales en Madrid. La mujer ejerciendo un papel importante en la familia, sin embargo, en el espacio público que supone las redes sociales queda en un segundo plano. No obstante ello, podemos determinar ámbitos de las redes sociales donde se entrecruzan y entrelazan las redes: los sitios públicos, calle, plaza, tiendas, mezquitas, bares, restaurantes, locutorios, asociaciones religiosas y culturales propias, etc., están dominados por el factor masculino. En cambio dentro de las viviendas, en las relaciones familiares y en la organización familiar es donde la mujer adquiere un verdadero protagonismo.

Las redes de los inmigrantes marroquíes en España están caracterizadas por las zonas de procedencia. Así por ejemplo, en Murcia los marroquíes de Oujda, procedentes del noroeste de Marruecos, conforman una vasta red ocupada en las tareas agrarias. Los rifeños se concentran en la provincia de Barcelona y Madrid. Estas redes también confluyen en el autoempleo creándose redes sub-étnicas que dominan determinados negocios: por ejemplo, suele haber varias carnicerías y cafeterías regentadas por rifeños en Madrid. De la misma manera locutorios y tiendas halal -comercios donde se venden alimentos y productos que cumplen la prescripción islámica- en Murcia son llevados por los marroquíes procedentes de Oujda. Las redes también están conformadas de acuerdo al carácter étnico-cultural de origen: se puede hablar de redes bereberes, y redes de carácter árabe, diferenciándose además entre las bereberes las que proceden de las tres regiones de habla bereber en Marruecos.

2.2. ¿En qué ayudan las redes sociales marroquíes en el autoempleo?

En primer lugar, las redes sociales marroquíes en España posibilitan ganar una determinada clientela y fidelizarla. De acuerdo a lo descrito la familia, en sentido extenso, proporciona la extensión de la red social a la hora de ganar clientela. Los métodos utilizados de publicidad por parte de los marroquíes en cuanto a negocios propios tales como carnicerías, tiendas halal, bares, es el consabido boca a boca. No hay publicidad en la radio ni en la televisión o en medios de prensa escrita. Entonces, el recurso de la información es el de que otro marroquí, pariente o conocido te pueda dar a conocer dónde puede comprar tal alimento o donde puede ir a tomar un café con sus compatriotas. Por eso la red familiar te permite ganar una primera clientela y garantizarla. Muchas veces el pariente que vive en Marruecos y piensa emigrar sabe que tiene un hermano, primo o tío, o amigo de fulano de tal que le puede ayudar cuando se venga. Es más, quizás, en la primera etapa le puede dar provisionalmente un trabajo en su negocio hasta que se independice. Este es el segundo servicio que su red social le puede proporcionar al empleador marroquí. La presencia de familiares en los negocios le permite tener la tranquilidad de que no le van a estafar y le ayuda a abaratar los costes salariales. Estos suelen ser los gastos más importantes que tiene una empresa. Entonces, puede llegar a un acuerdo con su pariente para que le atienda el negocio por un salario flexible que puede depender de cómo vaya el negocio.

Y en tercer lugar, un aspecto importantísimo para todo negociante es tener información actualizada y fiable. Dicha información puede ser desde cómo y dónde se pueden conseguir más baratos los productos que traen de Marruecos, la forma de gestionar el transporte de la mercadería, dónde conseguir los permisos oportunos, etc. Y para los clientes la información pertinente de en cuáles tiendas puede conseguir el producto que quiere, en cuáles está más barato, etc.

14

2.3.- Religión y autoempleo.

La organización social en función de la religión determina, en el colectivo marroquí, una serie de necesidades que deben ser cubiertas en un país extraño al suyo. Esto influye en la generación de la economía étnica marroquí. Para bien porque la demanda específica de carácter religioso origina una oferta muy delimitada creando un mercado muy concreto. Para mal porque esta situación puede ocasionar que se concentren en determinados tipos de negocios y de clientela reduciendo el mercado potencial. El dirigirse sólo a la comunidad magrebí de religión musulmana supone un mercado limitado, quizás ronde poco más de 700.000 potenciales clientes en 2008. En cambio, abrirse a todo el mercado español supone un crecimiento significativo.

En el caso de la comunidad marroquí en España a diferencia de otras comunidades étnicas se observa la influencia de la religión en la concepción de la generación de autoempleo, como en la concepción de empleo en general. Es llamativo que, como señala C. Bernard (Salahdine, 1991: 186), el componente islámico no ha sido mencionado en los estudios económicos del Magreb. Esta es una de las características de los análisis económicos que se hacen al margen de las estructuras sociales y culturales existentes en los distintos países. En este sentido hacemos hincapié de cara a nuestro estudio en la dimensión cultural del análisis religioso, en particular de la religión islámica. Por eso describimos a la religión como sistema cultural definida por Geertz (1988: 11): como:

“un sistema de símbolos que obra para establecer vigorosos, penetrantes y duraderos estados anímicos y motivaciones en los hombres formulando concepciones de un orden general de existencia y revistiendo estas concepciones con una aureola de efectividad tal que los estados anímicos y motivaciones parezcan de un realismo único”.

En el caso de Marruecos toda la cosmovisión nacional está referida a la religión musulmana. El ethos del pueblo marroquí está teñido por la experiencia religiosa del Islam. También lo es la vida económica. Por ejemplo, el mes de Ramadán, mes del ayuno, toda la actividad económica está "dirigida": así los horarios de apertura de los comercios se adaptan a los horarios del rezo y el ayuno. Abren más tarde y cierran más tarde. Hay mucha actividad comercial derivada del cumplimiento del ayuno. A partir de la caída del sol la vida social se reanima fuertemente, especialmente en los hogares que celebran el final del ayuno diario, hacen comidas más fuertes, se reza hasta el amanecer haciéndose más hincapié en su respeto. En el análisis de los grupos de discusión se desprende un lenguaje y una cosmovisión muy centrada en la experiencia religiosa independientemente de las zonas de procedencia y del origen étnico. La presencia de la religión, en este caso del Islam, favorece la creación de un mercado en torno a unos productos concretos que deben ser manipulados de acuerdo a unas normas religiosas establecidas de antemano. El fiel musulmán entonces tiene que tener garantías de que ese producto, carne de cordero, por ejemplo, ha sido tratado de acuerdo a dichas normas, son los alimentos halal (permitidos) a diferencia de los haram (prohibidos) como el consumo de cerdo.

En España se constata que la identidad religiosa en los marroquíes es un factor que ejerce una influencia favorable a la hora de la creación de autoempleo. Porque tener un negocio les posibilita realizar sus oraciones sin limitaciones o condiciones laborales, sin perder salario, salvo que se venda menos. La clientela que accede a sus negocios tipos carnicería, peluquería, etc., por lo general pertenecen a la propia comunidad y participa también de las mismas creencias religiosas. Éstos respetarán más fácilmente los horarios que pongan sus compatriotas en los negocios.

2.4.- Concepción del Estado marroquí y autoempleo.

Los marroquíes provienen de un Estado, que como señala Pascon, les empuja a depender del Estado porque el Makhzen (el poder regio tradicional y central) ha pretendido monopolizar todo el poder y lograr una aceptación total de la omnipotencia del Estado. Este fenómeno lo había deseado el protectorado (el español como el francés) y lo ha logrado.

15

"Nada escapa en principio al Estado (lo cual es contradictorio con la afirmación del liberalismo). No se trata de tener en cuenta los textos de las leyes sino de las prácticas vividas, al nivel del caíd y de la administración local. La administración hace conocer su vocación de querer reglar todo o al menos de conocer todo" (Pascon, 1980: 24).

Treinta años después esta realidad sigue vigente. El rey alauita Mohamed VI ha logrado concentrar aún más poder que su padre Hassan II.

Por haber luchado durante varios siglos contra el tribalismo, por haber concebido la vida política como un sistema jerárquico, el Estado ha rebajado al ciudadano al nivel de mero ejecutor. Por lo tanto, cada campesino se considera como descargado de toda responsabilidad, de cualquier iniciativa y proyecta sobre la administración el conjunto de sus problemas y las más pequeñas de sus necesidades. Nos podemos preguntar si esto no evolucionará hacia una funcionarización total. De acuerdo a esa idea de funcionarización general el modelo para muchos campesinos, gran parte de los cuales han emigrado a las grandes ciudades marroquíes, el ideal tipo es el de una "nación funcionaria" según la cual todo el mundo ejecutaría las órdenes. En contrapartida los ciudadanos tendrían una total seguridad material desprovista de toda autonomía. El Papá Estado todo lo hace. Y no estamos hablando del Estado de Bienestar Social. De hecho la mayoría de la gente instruida, los técnicos, ingenieros, incluso aquellos que trabajan en lo "privado" trabajan por y para el Estado. Por lo tanto, la ilusión del marroquí es conseguir un empleo público seguro que se proyecta también en España en la pretensión de

conseguir un empleo, a trabajar por cuenta ajena en el sector privado que es al cual pueden acceder. En un principio no hay un interés manifiesto por acceder a empleos públicos porque hasta que no consigan la nacionalidad española no pueden optar a estos puestos.

Sin embargo, la realidad marroquí en las últimas décadas ha ido rompiendo con la concepción señalada anteriormente. La población rural que se ha desplazado a las ciudades ha tenido mucha dificultad para encontrar trabajo. Entonces, dicha realidad los ha empujado a crear negocios, la mayoría pequeños. Quizás, por esa razón tienen un trasfondo cultural ligado a la creación de autoempleo en el sector informal. La han experimentado como una posibilidad para salir adelante, sino la única. Pero, al mismo tiempo la mentalidad del Estado omnipotente que debe hacerse cargo de todo está también presente en los marroquíes en España. Se ha constatado un grado excesivo de exigencia y de reivindicación hacia el Estado español en los grupos de discusión, cosa que suelen carecer otras colectividades inmigrantes. En la misma línea se observa que los marroquíes suelen ser muy críticos con los españoles pero no en la misma medida con ellos mismos. Según se desprende del discurso de los grupos de discusión:

“No se percibe en el discurso ninguna señal de autocrítica o de cierta introspección sobre la parte que les correspondería en este proceso. Se percibe una actitudaltamente demandante, en general, poco humilde a pesar de una aparente aceptación resignada de la realidad.”

Esta percepción es corroborada también por los servicios sociales.

2.5.- La valoración social positiva por parte de la comunidad marroquí hacia los empresarios marroquíes.

16

En general en la comunidad marroquí existe una valoración social positiva hacia los empresarios compatriotas en España de la misma manera que se constata en Marruecos hacia aquellos que tienen sus negocios allí. En el fondo es el reconocimiento al éxito de éstos.

En nuestro caso la experiencia adquirida en el país de origen le ayudaría a materializar el autoempleo, una alternativa de empleo altamente valorada entre estos inmigrantes, según se desprende del discurso analizado de los grupos de discusión, aunque es difícil de alcanzar. “Uno que tiene experiencia en el dominio del comercio no tendrá ningún problema, como en mi caso. Tenía una tienda en Marruecos y he montado aquí un negocio y estoy pensando montar otro...”

De hecho los empresarios suelen tener bastante ascendiente sobre sus paisanos y ejercen influencia sobre éstos. De la misma manera que suelen recurrir a menudo a los empresarios para ayudarles en distintas situaciones, en especial en la primera etapa de asentamiento. Sin lugar a dudas hay una solidaridad a flor de piel que está motivada en gran medida por la religión y por el sentimiento de pertenencia étnica.

Paradójicamente se vive el autoempleo como un retorno de la dignidad embargada al empleado por su empleador español. Decimos paradójicamente porque parece que se prefiere tener un negocio que exija mucha más dedicación y tiempo, que un empleo con un horario determinado y sin preocupación por la marcha del negocio. En cambio consideran que al estar autoempleado al marroquí se le devuelve el derecho a disponer de su vida de acuerdo a su religión y su pertenencia grupal en cuanto persona. Al marroquí le preocupa más organizar la vida en torno a sus principios religiosos y culturales que ordenarla en función de las actividades profesionales y de la actividad económica. En consecuencia reivindican las costumbres y pautas culturales de su país para que se lleven a cabo en

España. “Cuando vienes a España la cultura es otra y para el marroquí lo primero es su religión y su familia... es importante poder visitar a la familia en Marruecos y nosotros queremos ir al Ramadán...”¹

Sin embargo, hay matices dentro de los grupos originarios de Marruecos. En el caso de los rifeños, se reivindica la necesidad de autoempleo desde el reconocimiento del derecho a la diferencia cultural y étnica. Muchos de ellos ponen el acento en este aspecto étnico que es considerado más central para ellos que el de la diferencia religiosa. Si bien la mayoría de ellos son religiosos.

3.- OBSTÁCULOS Y NECESIDADES MÁS RELEVANTES

Señalamos a continuación algunas dificultades tradicionales de la comunidad marroquí para obtener la estabilidad legal en España.

Los marroquíes en su país tienden a crear autoempleo pero en el sector informal ya que dada la rigidez administrativa el paso al sector formal de parte de esta economía es muy limitado. Este obstáculo en Marruecos se traduce en España en varias dificultades: estabilidad laboral, estabilidad económica, capacidad de ahorro, conocimiento de los requisitos para establecer su propio negocio, la desconfianza hacia el gestor español, que no pertenezca a su propia comunidad o grupo familiar. Con lo cual en nuestro país la dificultad no está en pasar del sector informal al formal sino de poder crear propiamente un negocio, es decir, consiste en el paso previo.

Los marroquíes que vienen de zonas rurales, aunque no solamente ellos, mantienen la pauta cultural de crear actividad autoempleada en el sector informal y a escala muy pequeña, como lo hacían allí. Los productos que cosechaban en su terreno luego lo vendían en el mercado o en la calle, o a los comercios aunque no se facturara a la hora de pagar impuestos. Es decir, siguen como allí escapando al fisco.

17

La concepción del Estado marroquí proyectada al Estado español, lo que esperan los marroquíes del Estado español, junto a los vicios colonialistas, llevan al marroquí a considerar que el Estado español debe atender sus necesidades; por eso esa actitud de exigir, exigir al estado y a los españoles, pero descargarse ellos de toda culpa o responsabilidad.

3.1.- Las restricciones del mercado laboral español: La percepción de la discriminación laboral por parte de los marroquíes.

La situación de discriminación laboral lleva a que los marroquíes con muy buen nivel formativo, universitarios, tengan un tope en la progresión profesional que no pueden superar. Al menos se desprende de su discurso una percepción bastante acentuada de discriminación socio-laboral. Por ejemplo, les es muy difícil conseguir trabajos más allá de los servicios a la comunidad como mediadores sociales, o a dedicarse a dar clases particulares o en centros de estudios. Les cuesta mucho conseguir puestos de trabajo que supongan competencia con los españoles o estar por encima de ellos: por ejemplo, liderando un equipo de trabajo; en la construcción es muy visible el freno que sufren para

¹ Ramadán, es el mes de ayuno preescrito en el Corán con el fin de purificarse. En países como Marruecos el Ramadán tiene mucha importancia. El fiel (creyente) no debe recibir ningún alimento desde el amanecer hasta el anochecer.

acceder a puestos de cierta responsabilidad. A veces son los mismos españoles, compañeros de trabajo, que rechazan el ascenso del compañero marroquí. Esto mismo puede empujarles a crear sus propias empresas como han hecho otros colectivos desde el principio tales como el colectivo peruano o el polaco. En consecuencia para esta gente una salida honrosa a su situación es la de crear autoempleo donde puedan sentirse socialmente más recompensados que estar a cuenta ajena en un empleo de menor categoría profesional.

La competencia por los trabajos y especialmente por los nichos laborales con los ecuatorianos que se ofrecen por salarios más bajos se ha incrementado y les influye negativamente en la estabilidad laboral y a la baja en el salario. Hay zonas, como Lorca, Totana (Región de Murcia), que la competencia es tan evidente que se ha llegado a fuertes enfrentamientos entre ambas comunidades.

Desde el 11 de septiembre de 2001 y especialmente desde el 11 de Marzo de 2004 la comunidad marroquí ha venido sufriendo una creciente discriminación, en parte por el miedo al islamismo radical que la población proyecta sobre ellos, que se hace sentir en el aumento de la dificultad para el acceso al trabajo y en el acceso a la vivienda. La dificultad del alquiler de la vivienda o local influye negativamente en la creación de autoempleo dado que les ponen trabas para alquilar un local para instalar un negocio.

3.2. Mujer marroquí, empleo y autoempleo.

18 Se observa en los registros de la Seguridad Social española que el acceso al empleo por parte de la mujer marroquí en España es bajísimo, sólo el 16% en 2003. Y que ésta es una constante porque diez años atrás, 1993, era el 15% de las mujeres marroquíes. De la misma manera ha de observarse que las mujeres creadoras de autoempleo, empresarias es insignificante, tanto que no se conoce casos de éstos. ¿Cuál es la razón de que en ambos casos la mujer no pueda acceder al trabajo o lo tiene muy difícil?

Debemos empezar primero porque la legislación musulmana ha puesto tradicionalmente grandes trabas a la emancipación de la mujer. Hay varios factores: empezando por el autoempleo, es importante tener en cuenta el código de la Mudawana² que se refiere al estatuto personal de la mujer en concordancia con la Sharia (Ley Islámica). Tradicionalmente la mujer ha estado y está bajo la tutela, primero de su padre y luego de su marido o si es viuda o el padre ha muerto la tutela pasa al hermano mayor. Dispone de la mitad de la herencia de la que reciben sus hermanos varones. No puede poner un negocio sin la autorización del marido.

En consecuencia, la legislación y costumbre musulmana sigue imponiéndose mayoritariamente en España a pesar de que la legislación española, por el contrario, está intentando desarrollar una discriminación positiva en el ámbito laboral y promoviendo el autoempleo.

3.3.- Percepción de las posibilidades futuras.

El grueso de la inmigración marroquí en los comienzos, finales de los años 60 y principios de los 70, estaba constituida por personas que venían de las zonas rurales del Norte, zona del antiguo Protectorado español, con escasísima formación, sino nula, y con gran riesgo de exclusión social. Este primer grupo se instaló en zonas rurales españolas para realizar trabajos de muy baja cualificación laboral. Al mismo tiempo algunos estudiantes de la clase media-alta de la zona norte marroquí emigraron para estudiar en las universidades españolas. Algunos de ellos se quedaron posteriormente y

accedieron a empleos relativamente bien cualificados o pusieron sus negocios. Estos han sido los primeros pioneros en la creación de autoempleo marroquí. Pero para la gran mayoría era impensable acceder a la creación de autoempleo relevante salvo pequeños negocios que ponían para atender las necesidades de estos primeros grupos marroquíes tales como bares, carnicerías, etc. Sin embargo, parece ser que en la década de los 90, cuando la comunidad marroquí comienza a tener un mayor asentamiento en número y en inserción sociolaboral, es cuando empiezan a florecer negocios propios de la economía étnica. El perfil de la migración marroquí cambió y pasó a ser más plural. Aumentó sensiblemente la afluencia de mujeres, algunas de ellas con un proyecto individual ya porque fueran solteras y/o estudiantes; o porque estuvieran divorciadas o fueran viudas, muchas de las cuales vinieron con sus hijos. También se diversificaron los niveles de formación. Vino gente con mayor preparación académica, procedentes de las zonas urbanas, licenciados que veían que el acceso al mercado de trabajo marroquí les estaba vedado. Y el abanico de provincias y wilayas³ de procedencia se amplió a todo Marruecos.

Respecto a la economía estrictamente étnica, en este caso, a la que responde a las necesidades propias del colectivo tiene buenas posibilidades en la medida que ha ido aumentando el número de marroquíes. Pero depende de las zonas donde se concentren. En Madrid, se constata que los marroquíes tienden a establecerse en algunos barrios de Madrid capital pero especialmente se desplazan a ciudades más pequeñas y en particular de la periferia. Por lo cual los negocios de marroquíes que pertenecen estrictamente a la economía étnica tal como hemos definido anteriormente (carnicerías, tiendas halal, etc.) no parece que vayan a tener una gran clientela porque esta comunidad tiende a dispersarse y no dispone masivamente de vehículos propios para desplazarse y adquirir sus productos.

Donde parece tener mayor posibilidad de crecimiento es en aquellos sectores donde los clientes potenciales lo constituye la población en general y donde no hay una gran competencia como puede ser construcción, fontanería, etc., profesiones ligadas a la construcción y a los servicios a la comunidad.

19

La percepción que tengan los marroquíes de la imagen que tienen los españoles sobre su comunidad marroquí parece ser vital a la hora de la creación de autoempleo. En nuestro caso la imagen que dicen que tienen los españoles sobre ellos es muy negativa. En consecuencia esta imagen negativa les puede desanimar o por el contrario animarles a la hora de la creación de autoempleo. En este caso parece ser que se les desanima a crear autoempleo en el mercado laboral general y por el contrario, lo que parece razonable, les motiva a crear autoempleo étnico. En el autoempleo étnico ellos se encuentran más seguros y menos a merced de los vaivenes políticos, sociales, etc. A partir de marzo de 2004 se constata precisamente un proceso de comunitarización de los marroquíes como defensa ante un ambiente social más hostil. Esto les lleva organizarse más entre ellos lo que puede desembocar en pérdida de motivación para emprender negocios de carácter más general.

2 Mudawana: este código de estatuto personal de la mujer ha sido modificado sustancialmente a principios de 2004 hacia una mayor igualdad entre hombres y mujeres.

3 En Marruecos vilayato es una organización administrativa de una gran concentración urbana.

3.4.- Sostenibilidad y duración de la actividad empresarial marroquí en España.

La actividad empresarial marroquí en España dependerá de varios factores: de la estabilidad laboral que esta comunidad adquiera, de una mayor capacidad de ahorro, y de la prioridad que la actividad mercantil otorgue a los criterios religiosos. En este momento los signos no son muy esperanzadores en cuanto a una mayor estabilidad laboral. De hecho desde marzo de 2004 los marroquíes se han encontrado con mayor rechazo social que se detecta en las dificultades de acceso al trabajo, en el aumento de trabas para alquilar una vivienda y mayor conflictividad laboral en sus puestos de trabajo. Esta situación se ha agravado en los últimos dos años como consecuencia de la crisis económica mundial que está teniendo gran incidencia en España.

También dependerá de la comprensión y aceptación de que en el mundo laboral y de los negocios en España prima la autoridad social sobre la autoridad familiar. Mientras que se muevan en esta segunda concepción las posibilidades de autoempleo tendrán un techo: se moverán dentro de lo que se define como economía étnica. Es decir, que se concentrarán en negocios gestionados por marroquíes empleando paisanos suyos lo mismo que la clientela. Si pasan a aceptar la autoridad social, al menos al igual que la autoridad familiar, podrán acceder a otros tipos de negocios cubriendo las necesidades de la población en general. Pero con el añadido de que el negocio para los marroquíes no es sólo una fuente de ingresos sino el sitio para la convivencia. Al igual que en Marruecos los hombres marroquíes en España reproducen el uso del espacio público de manera hegemónica. Entonces, salvo raras excepciones las tiendas y negocios les sirven a los hombres marroquíes para encontrarse, para tener noticias y opinar sobre la situación en Marruecos, en España y también para hacer negocios.

20

Evidentemente también el apoyo de las redes familiares y sociales de origen que han ayudado mucho en la primera etapa de asentamiento de este colectivo en España seguirá desempeñando una labor de apoyo a la actividad empresarial marroquí. Probablemente las posibilidades de supervivencia y duración de la generación de autoempleo en España dependan más de estas redes sociales que de otras condicionantes.

Los liderazgos se ejercen en los negocios. Aquí se crea la figura del líder emergente que ejerce de intermediario entre la sociedad y el grupo o la comunidad marroquí. El empresario marroquí tiene un ascendiente sobre su colectivo porque se encara de igual a igual con el autóctono y con las fuerzas vivas autóctonas. "Poder ser el líder, tener el poder del don para traer desde Marruecos su red familiar y su contexto social desarrollando la cooperación, cumpliendo con los mandamientos religiosos y creándose una posición social importante en el grupo de iguales."

En la inmigración marroquí se observa una diferencia sustancial entre aquellos que vienen de las zonas rurales y los que vienen de las zonas urbanas. Evidentemente está asociado a que los que vienen de zonas rurales raramente tienen algún nivel de formación. Por esa razón la integración en el mercado laboral es muy pobre y con más razón a la hora de fomentar el autoempleo.

La consolidación del autoempleo depende mucho de la fortaleza de la red familiar y de la versatilidad de este entorno familiar. Pero estamos siempre hablando del entorno masculino. La mujer está en la retaguardia para apoyar a la familia, pero quienes llevan los negocios son los hombres. Al mismo tiempo la incorporación de la mujer en el empleo y en el autoempleo va a estar en función de cómo la legislación marroquí sobre el estatuto personal evolucione y a su vez en la aceptación que tenga en los marroquíes en España.

El autoempleo aparece como posibilidad real entre los inmigrantes marroquíes cuando ellos se perciben a sí mismos con un cierto nivel de arraigo, con cierto grado de afianzamiento y seguridad verbalizado

como "haber podido ahorrar". Entonces, es cuando se dedican a emprender nuevas actividades: "...empiezan a hacer trabajo propio, ahora con el tiempo, autónomos, fontanería... cuando la persona ahorra un poco de dinero piensa en hacer un trabajo propio, un negocio propio..."

A continuación proponemos una serie de medidas promotoras del autoempleo que podrían ser aplicadas en apoyo de las distintas comunidades inmigrantes y en concreto en la marroquí.

1º. El instrumento del microcrédito muy desarrollado en países del Tercer Mundo puede ser muy eficaz dado que en la primera etapa los inmigrantes no suelen tener un capital que les permita poner un negocio. Es una herramienta que exige un estudio del negocio que se pretende instalar y del mercado.

2º. En el caso del colectivo marroquí parece clara la necesidad de preparar a personalidades clave dentro del colectivo que ejerzan como mediadores interculturales entre los emprendedores marroquíes y las instancias económicas y administrativas españolas. Para de esta manera los marroquíes comprendan y confíen en profesionales españoles, como gestores económicos, contables, abogados, que les van a ser de gran utilidad en la actividad empresarial.

3º. Formación para el autoempleo. Esta medida puede ser muy apropiada para aquellos que manifiesten interés en crear negocios. Esta formación parece ser capital para el éxito futuro de los negocios.

4º. Finalmente es esencial que se lleven a cabo políticas de sensibilización que promuevan la aceptación de la población extranjera y en particular en este momento de los musulmanes. Los marroquíes son muy conscientes de la necesidad de la aceptación de los autóctonos para el éxito en el empleo y en el autoempleo.

21

CONCLUSIONES

La actividad económica de las minorías étnicas y de las comunidades inmigrantes asentadas en España, de dimensiones muy reducidas en el pasado reciente y máxime si se les comparaba con las de países del entorno de nuestro país, está sufriendo una profunda metamorfosis. Ello se debe al importantísimo flujo de inmigrantes que ha tenido lugar en los últimos años, que continúa muy destacadamente en la actualidad y que ha originado el fuerte surgimiento de lo que académicamente se denomina como economía étnica.

Las características del mercado laboral español y la de las propias comunidades inmigrantes, influyen en que la economía étnica tenga determinados rasgos propios. Hace dos décadas era impensable hablar de economía étnica en el contexto de la inmigración, escasamente significativa, que recibía nuestro país. La excepción, pero a nivel meramente testimonial, era la minoría étnica gitana, que a nivel económico su participación era y sigue siendo residual e incluso marginal.

En España se van configurando varios y diversos tipos de economías étnicas, con sus elementos y características específicos. Existe una actividad económica de origen asiático, en la cual la población de origen chino sobresale claramente, así como también hay una intensa y amplia economía magrebí, siendo la de origen marroquí la más destacada. Y hay una importante y creciente economía de origen iberoamericana perfectamente identificable, aunque no exclusivamente, en los restaurantes de gastronomía típica de cada país de dicha región. Los magrebíes y los iberoamericanos también asumen unos determinados negocios de carácter más plural: los locutorios. En este momento quienes están diversificando más los negocios son los chinos: tienen restaurantes, intermediación de ropa, los "Todo

a 60 céntimos" (de euro), tiendas de comestibles, etc. Quiere decir que la comunidad china se está reestructurando internamente, en función de un gran dinamismo y creatividad empresarial. Muchos de los inmigrantes chinos han pasado de empleados a dueños de empresas y están buscando nuevas oportunidades empresariales para no agotar los nichos que ya están explotando. Este comportamiento es semejante, en estas comunidades, al que tiene lugar en economías de nuestro entorno, como por ejemplo la británica. También a lo que sucede en Estados Unidos y Canadá, confirmando unas muy definidas pautas de comportamiento emprendedor.

El contexto laboral y económico en Marruecos explica la importancia de la generación de autoempleo en aquel país. La baja tasa de creación de empleo, unida a cierta permisividad en la creación de autoempleo por fuera del sistema y a la importancia, precisamente, de la economía informal, empujan a los marroquíes al autoempleo en el sector informal como una salida a su situación de desempleo estructural y a la pobreza generalizada. Esto puede calificarse más como una estrategia de supervivencia, que como una estrategia de oportunidad. Los sectores económica y socialmente medios y bajos de la sociedad son los más activos en la creación de autoempleo. En cuanto consiguen un pequeño capital, la mayoría de las veces por la venta de sus tierras heredadas o por la recepción de remesas económicas de sus parientes emigrados a Europa o por el regreso de éstos, lo invierten en algún negocio. Este impulso basado en la necesidad y estos tipos negocios han encontrado sitio para recrearse en muchas zonas de España. A nivel más popular, muchos de estos negocios se han localizado en las grandes barriadas de las ciudades que se han formado con la afluencia de los desplazados de las zonas rurales a las urbanas.

22

Si el contexto sociolaboral marroquí les empuja al autoempleo como una salida a la situación de pobreza y miseria, en España, por el contrario, el contexto socio-económico laboral les empuja a la búsqueda del empleo por cuenta ajena. De hecho, ése es el sueño de todo marroquí en su propio país. Aquí han encontrado un hueco en determinados nichos laborales que para muchos, dado su bajo nivel de formación, se ajustaba a sus pretensiones. El proyecto migratorio del trabajador marroquí determina, en especial en su primera etapa, su inserción laboral. El modelo característico es la del hombre marroquí que trabaja para mantener a su familia que reside en Marruecos: dos tercios del colectivo marroquí está compuesto por hombres en edad de trabajar. Se observa también una baja afiliación a la Seguridad Social ya que sólo el 52% de los residentes legales está afiliado. Y solamente un 15% de las mujeres está afiliado. Y mientras prevalece el mito del "eterno retorno", la idea de que van a volver tarde o temprano, no se plantea la reagrupación de su familia en España. Además, año tras año puede viajar dos o tres veces al año, si los ahorros se lo permiten, para ver a su familia y dejarle dinero para su manutención. La reagrupación familiar para el marroquí no ha sido fácil, porque le ha costado cumplir con los requisitos legales que se exigen a los inmigrantes: estabilidad laboral, contratos de trabajo, contrato de vivienda.

Solamente cuando ha reagrupado a su familia, ha pensado en buscar un trabajo mejor o en plantearse el autoempleo. A esta altura, ya ha pasado bastante tiempo en España, 8 ó 10 años como mínimo, disfruta de cierta estabilidad laboral, de un conocimiento más concienzudo de la lengua y del mercado laboral, dispone de mayores habilidades y de experiencia en su profesión u oficio y ha podido conseguir un cierto capital. Con estas herramientas se plantean crear su propia empresa. Actúan conforme al principio de la causación acumulativa de Becker (1983) según la cual los eventos pasados y las decisiones progresivamente llevan a los individuos a una carrera dada, incrementando los costes y disminuyendo la posibilidad de desplazarse a otras carreras profesionales. Es más probable que el marroquí que ha desarrollado su carrera profesional en la construcción, termine creando su pequeña empresa en este sector que poniendo una carnicería o un locutorio. A esa altura, ya ha especializado a algunos de sus familiares en este sector. De esta manera su posición se ha hecho mucho más fuerte y puede abaratar costes para competir en el mercado. Recordemos que en Marruecos los

negocios y las tiendas se abastecen de una mano de obra familiar, recurriendo a la familia extensa donde participan tíos, primos carnales, primos segundos, etc. Y que muchos de ellos ejercen como aprendices o como ayudantes familiares no remunerados, sin un salario nominal, pero reciben ayudas económicas o no pecuniarias por atender por horas el negocio familiar.

A mayor densidad y multiplicidad de las redes sociales de los marroquíes, más encorsetada es la conducta individual por la observancia de preceptos morales y la conformidad con las pautas establecidas de índole económica. La inserción en dichas redes sociales determina en gran medida la orientación del tipo de las empresas a crear por parte de los marroquíes.

En esta misma dinámica se encuentran las dificultades que presentan los marroquíes a la hora de confiar sus decisiones y consultas de tipo administrativo y contable a terceros no paisanos. El hecho de que tengan que recurrir a expertos y asesores externos a su familia y a sus redes sociales étnicas para crear sus empresas o actividades autónomas, les supone una ruptura con dicho entramado étnico. Además, les exige entrar en la dinámica de la sociedad española y en la práctica administrativa autóctona en la cual no confían. Recurrir a asesores legales españoles les supone ponerse en manos de personas extrañas a su comunidad étnica. Sólo aquellos que por su elevado grado de inserción recurren sin complejos ni temores a los recursos administrativos españoles, son los que pueden promover negocios de índole general. Es decir, rompen con el esquema de economía étnica.

Hay determinado tipo de empresas de los marroquíes, tales como las tiendas y carnicerías halal, peluquerías y locutorios, que pueden ser clasificadas como "enclaves étnicos". Según Portes (1995), por enclaves étnicos se entiende las redes especialmente clausuradas (cluster) de negocios pertenecientes a los miembros de la misma minoría. En principio, nacen para servir a las necesidades culturalmente definidas de sus paisanos y únicamente de manera gradual para abastecer un mercado más amplio. De acuerdo al hecho de que los marroquíes tienden a instalarse en municipios más pequeños, huyendo de las grandes ciudades, encontramos la mayoría de sus negocios en dichos municipios.

23

De cara al futuro del mercado del autoempleo, los marroquíes se están situando en dos direcciones: la más tradicional que responde a las necesidades de su propia comunidad étnica y la de aquellos que están abriendo nuevos frentes dentro de la economía más general: empresas de construcción y locutorios. En este sentido depende de la formación de los marroquíes en el futuro, especialmente de los hijos de inmigrantes que se formen en España. Creemos que éstos pueden abrir nuevos frentes de negocio como sucede en Francia. En este país las nuevas generaciones descendientes de los primeros magrebíes están abriendo negocios relacionados con la cibernética y otras tecnologías. Aquí de momento es difícil imaginarse esa situación. Además, marroquíes jóvenes que vienen a estudiar a España y que luego se quedan constituyen un caudal enriquecedor en esta línea.

Las empresas marroquíes, como se ha señalado anteriormente, son fundamentalmente de carácter familiar en España a imagen de las existentes en Marruecos. La familia extensa es el pilar básico de la generación de autoempleo marroquí. También las redes sociales de origen que se reproducen en nuestro país permiten que los negocios se desarrollen y se asienten.

Los marroquíes participantes de los grupos de discusión han manifestado la necesidad de contar con mediadores sociolaborales de su propia nacionalidad. Según ellos, éstos facilitarían mucho la labor de información y confianza a la hora de estimular la creación de autoempleo.

Finalmente, debemos subrayar la relevancia de la religión musulmana en la generación de autoempleo. Los criterios que ella establece, crea una serie de necesidades que deben ser atendidas. Precisamente

ésta es una de las razones fundamentales por las cuales nacen los negocios en España y que determina el tipo de negocios que se deben crear. Pero los mismos marroquíes son conscientes de que hay otro tipo de actividades empresariales que pueden abrirse y que tienen muchas expectativas de éxito. Estas actividades empresariales que no se centran en las necesidades de la comunidad marroquí y que escapan en consecuencia a la economía étnica, les permiten atender a una clientela mayor y probablemente obtener unos mayores beneficios económicos. Sin lugar a dudas las nuevas generaciones de jóvenes marroquíes más asentados en España serán la punta de lanza de estas actividades empresariales, tanto individuales como grupales, más diversas y generales. Pero en este momento la comunidad marroquí se debate entre un proceso de cierre comunitario debido al rechazo que sufre de parte de la población española desde los atentados terroristas islamistas del 11 de Marzo de 2004 y una búsqueda de mayor integración en nuestra sociedad. Las decisiones que tome esta comunidad en el futuro influirán, sin lugar a dudas, en la dinámica del autoempleo.

BIBLIOGRAFIA

Becker, G. S. (1983): "Inversión en capital humano e ingresos". En: Toharia, L. (ed.), 1983, El mercado de trabajo: Teoría y aplicaciones, Madrid, Alianza Editorial, pp. 39-63.

Castaño, M., Eguren, J., Fernández, M., Iglesias, J., (2008): "Marruecos". En: Fernández, M., Giménez, C. y Puerto, M., (eds.), La construcción del codesarrollo, Madrid, La Catarata, pp. 145-216.

Eguren, J. (1998): "Inmigrantes extranjeros en la Mancomunidad La Encina: Los rifeños de Boadilla del Monte". En: OFRIM- Suplementos, Madrid, pp. 163-181.

Eguren, J. (1999): "La migración rifeña de Boadilla del Monte en Madrid". En: Revista Annales du Rif, volumen 2, Alhucemas, Marruecos.

Eguren, J. (2004): "De Marruecos a España: La comunidad transnacional rifeña". En: Revista Migración y Desarrollo, Vol. 2, México, pp. 49-61.

Geertz, C. (1988): "La interpretación de las culturas", Gedisa editorial, Barcelona.

Giménez, C. (2000): "La percepción de la migración marroquí desde el lado español". En: Aprender a conocerse. Percepciones sociales y culturales entre España y Marruecos, II Seminario Hispano-Marroquí, Madrid.

Light, I., Gold, S. (2000): Ethnic Economies, California, Academic Press.

Kazemipur, A. (2004): An Economic Sociology of Immigrant Life, New York, Nova Science Publishers.

Mghari, M. (2005): "Dimension démographique des migrations", en Mediterranean Migration 2005 Report edited by Philippe Fargues Cooperation project on the social integration of immigrants, migration, and the movement of persons Financed by the European Commission - MEDA Programme.

Martín, G. (ed.), (2003): Marroquíes en España. Estudio sobre su integración. Madrid, Fundación REPSOL YP.

Pascon, P. (1980): Etudes rurales. Idées et enquêtes sur la campagne marocaine, Rabat, SMER.

Portes, A. (1995): "Economic Sociology and the Sociology of Immigration. A Conceptual Overview". En Portes, A. (ed.), The Economic Sociology of Immigration, New York, Russel Sage Foundation, pp. 1-

41. Salahdine, M. (1991): L'emploi invisible au Maghreb. Etudes sur l'économie parallele, Rabat,

SMER.

Souali, M. (2004): L'institutionnalisation du système de l'enseignement au Maroc, Évaluation d'un politique éducative, Paris, L'Harmattan.