

'Botiguers' de Oriente

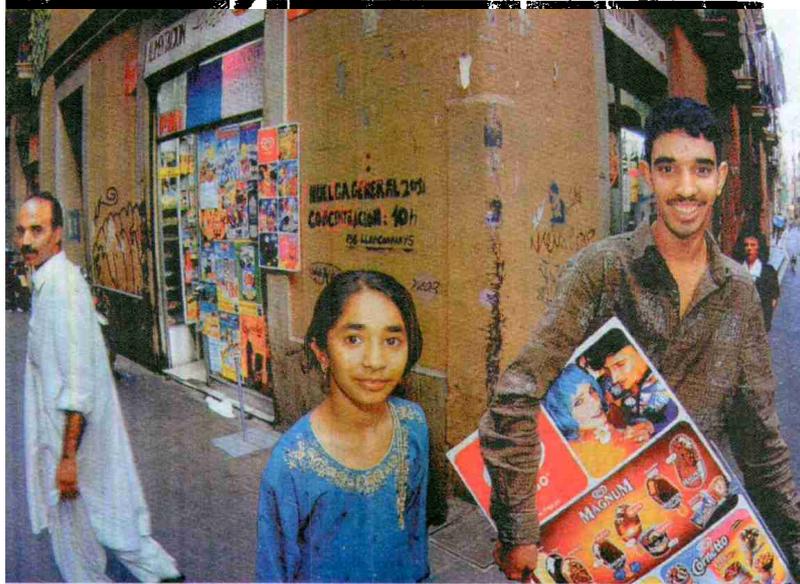
UN 70% DE LOS COMERCIOS ÉTNICOS DE CIUTAT VELLA ESTÁ REGENTADO POR CIUDADANOS ASIÁTICOS

ELENA CASTELLS | BARCELONA

Un garbeo por el corazón de Ciutat Vella puede llegar a transportar al paseante a cualquier ciudad asiática. Los olores, el color de algunos rostros, vestimentas de otras culturas y, sobre todo, comercios regentados por inmigrados emprendedores dan un toque oriental a muchas calles del Raval, Casc Antic y Barceloneta. Son más de trescientos los comercios étnicos que desarrollan su actividad, conviviendo con los autóctonos, en ese distrito.

Un estudio publicado por La Obra Social de la Fundació La Caixa ha calculado 306 establecimientos y los ha analizado. Entre las conclusiones destaca que el 70% del comercio étnico está regentado por ciudadanos de origen asiático: un 37% de Pakistán, un 17% de India y un 16% de China. La siguiente nacionalidad más numerosa es la marroquí, con un 8,8% del total. El 30% restante incluye hasta 28 nacionalidades diferentes.

Pequeñas tiendas, carnicerías, halals, restaurantes, tiendas de recuerdos, locutorios o bazares de electrónica, entre otros, se han ido abriendo desde principios de los años 90. "Durante el principio de esa década la aparición de las grandes superficies provocó una crisis que llevó a muchos establecimientos de Ciutat Vella a cerrar: esos mismos locales han sido los que se han reabierto de la mano de inmigrados emprendedores, que han ayudado a la revitalización de la zona", explicó ayer el autor del estudio *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona*.



Una familia pakistaní regenta la tienda Ashian Supermarket en el barrio del Raval

Pau Serra, profesor de Geografía de la Universidad Internacional de Catalunya. Serra destacó que esta eclosión del comercio étnico ha contribuido a evitar una "guetización" más alta de los barrios con más presencia de inmigrantes, como el Raval o el Casc Antic, y subrayó que han ayudado a tener "barrios más vibrantes".

El estudio retrata unos comercios caracterizados por sus pequeñas dimensiones (me-

nos de 60 metros cuadrados), la presencia de familiares o de otros trabajadores de la misma nacionalidad y las jornadas laborables de una media de unas diez horas. Las tiendas impulsadas por inmigrados presentan una clara especialización en función de la nacionalidad.

Los comercios más extendidos son los llamados de proximidad (locutorios, bazares, carnicerías, minoristas y mayoristas de ro-

pa, bares y restaurantes), que están dispersados por los barrios y tienen como clientes a los colectivos de inmigrantes. Indios, pakistaníes, marroquíes, chinos, dominicanos, filipinos y argelinos son quienes regentan este tipo de comercios.

En concreto, las tiendas de proximidad, los locutorios y los bares son especialidad de los pakistaníes, mientras que las carnicerías las regentan mayoritariamente los marro-

Las más de 300 tiendas llevadas por inmigrados "ayudan a tener barrios más vibrantes", dice el autor del estudio

quíes: los chinos están al mando de restaurantes y comercios textiles; y los indios se especializan en bazares y tiendas de recuerdos.

Frente a las tiendas de proximidad, existen otros comercios más orientados a clientes autóctonos y turistas, como son las tiendas de recuerdos o las mayoristas de textil, que están situadas en calles como la

Rambla, las rondas Sant Pau y Sant Pere. Estas tiendas están regentadas, mayoritariamente, por indios y chinos.

La mayoría de los empleados de todos estos comercios son hombres. La ausencia más destacada de mujeres se produce en los establecimientos pakistaníes. La religión mayoritaria es la islámica. En cuanto a la formación, el 40% no tiene estudios y la mayoría sólo ha cursado estudios primarios. ●