

**COMPETITIVIDAD Y REGENERACIÓN EMPRESARIAL EN  
CONTEXTOS DE CRISIS  
UNA APROXIMACIÓN ETNOGRÁFICA EN LA VEGA BAJA DEL  
SEGURA**

*COMPETITIVENESS AND BUSINESS REGENERATION IN CRISIS  
CONTEXTS.  
AN ETHNOGRAPHIC APPROACH IN LA VEGA BAJA DEL SEGURA*

**Javier Eloy Martínez Guirao\***

Universidad de Murcia (España)

**Resumen**

Esta investigación se ha desarrollado en la comarca de la Vega Baja del Segura, al sur de la provincia de Alicante, centrándose en las empresas y su comportamiento desde el comienzo de la crisis económica en 2008 hasta la actualidad. El objetivo consiste en presentar un diagnóstico de qué tipos de empresas han logrado sobrevivir y sus características principales, qué actividades económicas han seguido funcionando durante la época de crisis, cuáles han sido esos intentos de regeneración del tejido empresarial de la población local, y qué nuevos nichos de mercado han aparecido como consecuencia de la coyuntura actual. Se presenta un análisis del caso de los negocios chinos, que desde el punto de vista de la población local no se han visto afectados por la crisis económica de la misma manera que los locales. Partimos de un trabajo de campo etnográfico con observación participante.

**Palabras clave:** Tejido empresarial. Etnografía. Desempleo. Mercado de trabajo. Negocios chinos. Nuevos nichos de mercado.

---

\* Doctor en Antropología social por la UNED y doctor en Sociología por la Universidad de Alicante. Actualmente es profesor en el Área de Antropología social de la Universidad de Murcia (España).

**Abstract**

We have developed this research in the region of the Vega Baja del Segura, in the South of the province of Alicante, focusing on companies and their behavior since the beginning of the economic crisis in 2008 to the present day. The aim is to present a diagnosis of what types of companies have managed to survive and their main characteristics, economic activities have continued operating during the time of crisis, what have been these attempts at regeneration of the business of the local population, and new market niches which have appeared as a result of the current economic situation. It is an analysis of the case of Chinese businesses, that from the point of view of the local population have not been affected by the economic crisis in the same way as locals. The methodology was qualitative and social and the main techniques used have been observing participant and the interview embedded in ethnographic fieldwork.

**Key words:** business, ethnography, unemployment, labour market, Chinese business, new market niches.

## INTRODUCCIÓN

La crisis económica que desde hace años lleva afectando a España se ha notado especialmente al sur de la provincia de Alicante, con una elevada destrucción de empresas, y, por tanto, con un aumento del desempleo y un empeoramiento de las condiciones de vida. No obstante, no se puede obviar que junto al cierre de muchas empresas, también se ha dado la supervivencia de algunas de ellas, así como continuos intentos de regeneración del tejido empresarial por parte de la población local, sobre todo de la mano de nuevos desempleados o jóvenes emprendedores que aún no habían accedido al mercado de trabajo, a veces “a la desesperada”, sin una suficiente planificación previa o dotación de la liquidez necesaria para su mantenimiento.

La comarca de la Vega Baja del Segura, donde hemos realizado nuestro estudio, se encuentra ubicada al sur de la provincia de Alicante, su capital es la ciudad de Orihuela, y la conforman 27 municipios. Es un territorio cuya economía se ha basado tradicionalmente en la agricultura, pero que en las últimas décadas fue sustituyéndose por el sector de la construcción, que ha ido ganando cada vez más suelo cultivable que se ha recalificado para la edificación. Este sector se desarrolló asociado al turismo, basado en el modelo del turismo residencial o inmobiliario, especialmente en localidades de la Costa Blanca como Torrevieja, Guardamar del Segura, Pilar de la Horadada y Orihuela, aunque se fue extendiendo a los municipios de interior. Es por ello por lo que esta comarca se ha visto tan afectada por la actual crisis económica, puesto que desde el año 2008 se ha ido destruyendo su tejido empresarial, formado en su mayoría por empresas de la construcción o relacionadas con ellas.

El objetivo de este artículo es hacer un diagnóstico de qué tipos de empresas han logrado sobrevivir y sus características principales, de qué actividades económicas han seguido funcionando durante la época de crisis, cuáles han sido esos intentos de regeneración del tejido empresarial de la población local, y qué nuevos nichos de mercado han aparecido como consecuencia de la coyuntura actual. Se presentará, de modo más detallado, un análisis del caso de los negocios chinos, que desde el punto de vista de la población vegabajense no se han visto afectados por la crisis económica de la misma manera que los locales.

Nos basamos en un trabajo de campo etnográfico con observación participante y entrevistas abiertas, que quedarán reflejadas en la redacción del texto<sup>1</sup>.

## **SUPERVIVENCIA Y ACTIVIDAD EMPRESARIAL**

Si bien el cierre de empresas se ha notado especialmente en la comarca de la Vega Baja del Segura elevando la tasa de desempleo, dañando considerablemente el tejido empresarial y repercutiendo negativamente en el nivel de vida de sus habitantes, algunas empresas han conseguido, al menos por el momento, sobrevivir a la difícil situación actual. Por ello hemos querido analizar cuáles han sido estas empresas, qué características generales presentan y a qué actividades económicas se dedican, a diferencia de otras.

Se hacen comunes los discursos por parte de nuestros informantes, y forma parte de la idea generalizada, que todos los sectores económicos y cualquier empresa ubicada en la comarca se ha visto afectada en alguna medida por la crisis:

*“Todas lo han notado, en mayor o menor medida, hay algunas que han tenido que hacer más reajustes y otras menos reajustes pero todas lo han notado”* (Empresario, ámbito comarcal, zona de interior<sup>2</sup>).

*“Yo creo que no hay ninguna a la que no le haya afectado, a algunas más que a otras (...) pero han cerrado bastantes empresas, bastantes”* (Empresario, ámbito comarcal, zona de interior).

*“Unos sectores arrastran a otros y es una cadena, todos estamos afectados. Algunas siguen abiertas, pero eso no significa que funcionen bien”* (Empresario, ámbito local, zona prelitoral).

---

<sup>1</sup> Parte de la información utilizada en este artículo fue obtenida por el autor en el marco del grupo de investigación ECULGE de la Universidad Miguel Hernández, durante un trabajo de investigación subvencionado por la convocatoria de ayudas para el Fomento de Empleo (orden de la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo de la Generalitat Valenciana, Pactos Territoriales para el Empleo, DOCV de 30 de diciembre de 2010) de acuerdo con el Plan de la Generalitat para el Impulso de la Economía y la Creación de Empleo, y solicitado por el Consorcio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja (CONVEGA)

<sup>2</sup> En este texto clasificamos a los informantes por tres variables: el tipo de cargo profesional que ocupan, el nivel de la información que nos transmiten (local o comarcal) y de la zona de donde proceden en función de la lejanía al mar (zona litoral, zona prelitoral y zona de interior).

Cuando preguntamos directamente al empresariado, la práctica totalidad refiere una disminución de ingresos como consecuencia de la crisis, y lo mismo sucede cuando hablamos con representantes de asociaciones, de ayuntamientos, técnicos de empleo, etc.

Dentro de este contexto en el que todos los negocios se encuentran en cierto modo afectados, hemos percibido dificultad por parte de las personas entrevistadas para enumerar aquéllos que todavía funcionan, obteniendo a veces respuestas contradictorias, pero que realmente lo que nos muestran es la incertidumbre que existe entre los habitantes de la Vega Baja sobre las actividades de emprendedurismo<sup>3</sup> más idóneas y los intentos o ensayos que se van sucediendo sin demasiado éxito.

*“Pues los bares se quejan un poco pero siguen teniendo clientela y de hecho por la crisis no se ha cerrado ninguno, pero como en todos los sitios, el bar de cafés sigue funcionando”* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

*“(...) la hostelería, también se nota, vas a los bares y no hay tanta gente como antes, donde yo bajo a desayunar el hombre cuando nos ve llegar... sólo somos dos, pero es que a lo mejor sólo hay una persona allí cuando vamos. Dice que antes se llenaba para desayunar, para los almuerzos, para las comidas. Si la gente no tiene dinero no puede ir al bar tampoco”* (Técnico, ámbito local, zona de interior).

De hecho, como han afirmado en numerosas ocasiones, una cosa es no cerrar la empresa y otra muy distinta que vaya bien el negocio. Pues efectivamente, muchas pequeñas empresas se mantienen activas pero no producen ganancias para su empresarios o dueños.

No obstante, existe un consenso general en la idea de que las empresas que mejor funcionan son las que se dedican a la distribución de sus productos y servicios en otros mercados de consumo, en otros países, y por tanto a la exportación.

*“(...) funciona muy bien porque además ellos han abierto mercados fuera, en el exterior. Ellos exportan muchísimas lámparas, bueno es una fábrica de lámparas y ellos exportan mucho a la República Checa, y entonces sé que tienen un amplio mercado por ahí abierto”* (Político, ámbito local, zona de interior).

---

<sup>3</sup> Para algunos autores el término anglosajón *entrepreneur*, sirve para denotar emprendedor y empresario en la medida que cumplen roles (Veciana, 2005) más o menos similares, pero esta convergencia no es tan clara en la expresión castellana, como advierte Uribe y De Pablo (2011: 53-54).

*“Las de exportación de productos agrícolas funcionan bien, la crisis no les afecta tanto”*  
(Empresario, ámbito comarcal).

*“El sector del calzado y componentes, gracias a la exportación está generando y produciendo”*  
(Sindicalista, ámbito comarcal).

Con respecto a las actividades económicas analizadas en esta comarca, en líneas generales, se puede afirmar que las empresas que siguen en activo y con beneficios, son aquellas que implican una innovación continua en sus productos como son las de nuevas tecnologías, que van desde las telecomunicaciones a las energías renovables<sup>4</sup>. Actividades que, siguiendo idea de algunos expertos, podrían contribuir a la mejora de la situación en la zona, puesto que la recuperación económica anticipa en los territorios más innovadores, “ya que se trata de espacios de redes en los que las instituciones se han ido adaptando a las demandas de los ajustes y donde las empresas más dinámicas adoptan estrategias que les permiten mejorar su posicionamiento en los mercados a través de sus ventajas competitivas” (Vázquez, 2012: 6).

A su vez, sobreviven aquellas empresas que tienen una clientela fija desde años atrás y se han adaptado a la nueva realidad con una rebaja en los precios, que ofrecen productos o servicios “de calidad” a precios competitivos, o las grandes superficies como Mercadona, Consum, Hiperber, Día, etc.

*“El sector de telecomunicaciones se mantiene, los autónomos arraigados hace tiempo que hacen buenos servicios, como carpintería de aluminio o de hierro, el de las cárnicas tradicionales, los hornos y el comercio tradicional, excepto las tiendas de pequeña alimentación que se las comen las grandes superficies”* (Técnico, ámbito local, zona de interior).

En este sentido, también se percibe cómo los grandes hipermercados continúan su actividad a costa del pequeño negocio y de la adaptación de sus estrategias comerciales al contexto de crisis actual.

---

<sup>4</sup> El 6 de junio de 2014, se aprobó desde el gobierno español el Real Decreto 413/2014, “por el que se regula la actividad de producción de energía eléctrica a partir de fuentes de energía renovables, cogeneración y residuos” (BOE, 10 de junio de 2014: sec 1, 43876), el cual algunos de nuestros informantes afirman que causará problemas importantes a las empresas del sector.

*“Hay un HIPERBER y un CONSUM que creo que no han notado mucho la crisis porque ellos también han bajado precios...”* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

*“Es difícil encontrar uno que no esté afectado de alguna forma, pero los que más se sostienen son los centros comerciales y las grandes superficies”* (Sindicalista, ámbito comarcal).

Otro sector que funciona, especialmente en los lugares costeros y en época estival, es el de la hostelería, debido a la elevada demanda turística, como sucede en las localidades de Torrevieja, Guardamar del Segura, Orihuela y Pilar de la Horadada.

*“Hostelería y restauración son las empresas que siguen tirando bien. Por lo menos a simple vista parece que hay movimiento. Sin embargo, los trabajadores en dichos sectores apuntan a unos ciertos niveles de precariedad laboral justificados por las pérdidas, estrecheces y mal momento del sector”* (Sindicalista, ámbito comarcal).

No obstante, y como se ilustra en la cita anterior, el relativo funcionamiento de estas empresas se une a un empeoramiento percibido de las condiciones laborales, con una disminución de los salarios, un aumento de la economía sumergida, un incremento del horario laboral, etc.

## **CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS EN LOS AÑOS DE CRISIS**

En general, los empresarios en épocas de crisis suelen tener una sensación de dificultad para el desarrollo de los negocios, si bien depende del sector en el que actúen, aunque también es cierto que según estudios realizados como los del Informe GEM (2009) mediante una encuesta a 28.888 personas emprendedoras, sí hay un porcentaje pequeño de empresarios que identifica oportunidades interesantes para sus negocios a pesar de la situación (Benito y Platero, 2012: 10).

No obstante, el hecho de que algunas empresas permanezcan abiertas actúa en ocasiones como reclamo para aquellos desempleados que deciden emprender una actividad por cuenta propia. Esto ha provocado una apertura de nuevos negocios, a veces con la saturación de los nichos de mercado, otras con la innovación y la adaptación a la actual coyuntura social y económica.

Si bien la innovación es uno de los caminos que suelen señalarse para salir de la crisis, hay que tener en cuenta, como advierten Benito y Platero (2012:14), que son numerosos los autores que defienden que en estos períodos es más difícil que las empresas, y más si son pequeñas, puedan innovar (Schumpeter, 1975; Kleinknecht, 1981; Cáceres y Aceytuno, 2008). Al respecto, es significativo, que las principales empresas de nueva creación que se han puesto en marcha desde el comienzo de la crisis económica en el 2008 en las localidades de la zona de estudio, sean, casi en su totalidad pequeñas y medianas empresa (PYMES), la mayoría de ámbito familiar, que se abren y que en algunas ocasiones logran mantenerse, pero que en muchas otras han de cerrar sus puertas, al no resultar rentables<sup>5</sup>.

*“Sí que se han creado empresas nuevas desde el 2008 para acá... ¡seguro!, pero se han destruido más. La crisis no es un obstáculo para la creación de empresas porque muchas veces la empresa se monta porque te ves obligado, a montar un bar, un restaurante, de abogado, etc. Pero por motivos de que no hay salida laboral, no porque las personas en la Vega Baja sean de vocación emprendedoras, hay personas, pero en general creo que falta potenciarlo un poco” (Técnico, ámbito comarcal).*

Las escasas nuevas empresas de esta comarca se han centrado principalmente en la creación de pequeños negocios de abastecimiento de productos y servicios a la población local. Así, se han inaugurado bares, cafeterías, lavanderías, clínicas veterinarias, oficinas bancarias, floristerías, ópticas, estaciones de servicio, panaderías, lavaderos de coche, peluquerías, tiendas de informática, de telefonía móvil, de animales, de fruta, de deporte, etc. Estas iniciativas suelen fracasar al poco tiempo, en parte por la difícil situación por la que estamos pasando debido a la crisis y el desempleo, y por otra, por la falta de un estudio riguroso de viabilidad empresarial antes de crearlos. Como se nos dice explícitamente en la siguiente cita:

*“Las empresas que se crean suelen ser pequeños autónomos, que es la única salida a veces al desempleo. Van tirando o algunos al año cierran. Esto es debido a que no hay empresas grandes, y*

---

<sup>5</sup> Según los datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas, 2014) del INE, el número de empresas se ha reducido en la provincia de Alicante de 142.307 que había en el año 2008 a 126.389 en 2014. De las que permanecían abiertas en 2014, el 83% tenían menos de 3 asalariados. <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=305>

Igualmente, para entender la estructura empresarial de la comarca, es útil el dato que en el año 2009, y en periodo de crisis, tan sólo había tres empresas de la comarca entre las 50 empresas líderes en la provincia de Alicante en ventas (Diputación de alicante, 2012) <http://www.dip-alicante.es/documentacion/empresas.asp>, y el mismo número de tres empresas continuaba en 2012 según otras fuentes (Levante, 2012). <http://www.levante-emv.com/servicios/html/cien-mayores-empresas-ventas-alicante.html>



*que no se montan las empresas con su estudio de mercado realizado y el gran problema es la financiación” (Sindicalista, ámbito comarcal).*

Reiteradamente, se afirmaba que la falta de crédito, y por tanto de financiación, hace que numerosas de estas nuevas iniciativas empresariales no se puedan materializar, y que muchas de las PYMES existentes se vean ante la falta de liquidez, pues no logran hacer frente a sus pagos y tienen que cerrar. Esto, muy usual en pequeñas empresas de las localidades analizadas, ha ido acompañado de la proliferación de empresas de cobro de impagos<sup>6</sup>. Al respecto, algunos autores apuntan que la solución no sólo estriba en conseguir el crédito, pues “la recuperación económica no sólo precisa que el sistema financiero recupere sus funciones crediticias sino que se necesita también activar la economía real mejorando la productividad y competitividad de las empresas y de los espacios innovadores a través de las políticas estructurales y territoriales” (Vázquez, 2012: 9).

Por otra parte, en estos últimos años se han creado empresas relacionadas con las nuevas tecnologías y las energías renovables. No debemos olvidar que en años anteriores, se recibían interesantes ayudas por parte de la administración pública para incentivar la creación y el emprendedurismo en estos sectores, sobre todo, el destinado al de la energía solar<sup>7</sup>. Por ello, entre otras razones, podemos constatar la existencia en la comarca de la Vega Baja de “huertos solares” y la creación de empresas dedicadas a esta actividad. Nos explican nuestros entrevistados al respecto:

*“Se han creado empresas de nuevas tecnologías, energías renovables y ligadas a la innovación para producir esa energía con la mayor rapidez y el menor costo posible” (Sindicalista, ámbito comarcal).*

---

<sup>6</sup> El cobro a morosos es un negocio en auge y existen multitud de empresas que se dedican a instar a otros a liquidar sus impagos apoyándose en las últimas reformas legales que se han producido en este tema. Ante el problema que existe de los cuantiosos recibos o facturas vencidas y no pagadas a empresas proveedoras de productos y servicios, el empresariado acude a empresas de cobro de impagados que ayudan a resolver estas eventualidades mediante recursos legales esencialmente.

<sup>7</sup> El gobierno de España aprobó el 27 de enero del 2012 el Real Decreto-ley 1/2012 en el que se suprimen “los incentivos económicos para nuevas instalaciones de producción de energía eléctrica a partir de congeneración, fuentes de energía renovables y residuos” (BOE, 28 de enero de 2012: 8068) <http://www.boe.es/boe/dias/2012/01/28/pdfs/BOE-A-2012-1310.pdf>. Esta nueva ley ha afectado negativamente, según afirman nuestros informantes, a la creación de nuevas empresas en este sector.

Otro fenómeno muy a tener en cuenta es el descenso del consumo<sup>8</sup> de los habitantes de este territorio que, junto al menor poder adquisitivo de la población, ha creado a su vez nuevos nichos de mercado más acordes con las épocas de crisis. Si en otros tiempos de prosperidad económica se producía una adquisición continua de los nuevos artículos que ofrecía el mercado, sustituyendo y retirando otros, en muchas ocasiones en perfecto funcionamiento, ahora la gente trata de aumentar el mayor tiempo posible la vida útil del producto. De modo que, a las empresas de cobro de impagos, se suman las de reparación. Se reparan, entre otros enseres, más electrodomésticos, ordenadores y otro material informático, y sobre todo más automóviles, donde destacan los talleres de chapa y pintura, pues como afirman algunos informantes probablemente las familias optan ahora más que antes por no comprar un coche nuevo, sino por “retocar” el que tiene<sup>9</sup>.

Dentro de este tipo de negocios encontramos los comercios de objetos de segunda mano, que se han ido abriendo en diferentes localidades de la comarca. Destacan los de mobiliario para viviendas, a veces situados cerca de las inmobiliarias que todavía sobreviven, como sucede en Callosa de Segura, con una decoración austera que intenta minimizar los gastos de puesta en marcha y funcionamiento.

Igualmente, la situación de necesidad obliga a muchas de las familias a vender sus joyas personales, y la de incertidumbre a invertir en valores considerados “más seguros” como el oro. En este sentido se han ido abriendo locales o colocando carteles que anunciaban “compro oro” y un número de teléfono móvil al que llamar. Y es que el prescindir del local comercial ha sido una estrategia que ha permitido ahorrar costes, con su sustitución por el ciberespacio, por páginas web en Internet y por diferentes tipos de prácticas publicitarias.

---

<sup>8</sup> Como señala Núñez (2012: 112), en la crisis económica de nuestro país el consumo privado parece estar ejerciendo un papel contractivo de primer orden; a ello han contribuido entre otros aspectos, la caída en el valor de los activos inmobiliarios, a lo que habría que sumar el endurecimiento de las condiciones financieras.

<sup>9</sup> Aunque esta actividad se ha visto atenuada por las ayudas del gobierno central español, que ha aprobado, desde el 28 de septiembre de 2012, ocho ediciones del denominado plan PIVE (Programa de incentivos al vehículo eficiente), destinando 1100 millones de euros como incentivos para la compra de nuevos vehículos.

Foto 1. Dos negocios de compra de oro en una calle donde hemos contabilizado cinco.  
Torrevieja, 2015.



Fuente: autor

A su vez, y ante la situación de despido de muchos trabajadores de fábricas y del sector de la construcción, numerosas personas han optado por darse de alta como autónomas, ofertando sus servicios de las maneras más variadas.

Por ello, uno de nuestros intereses se ha centrado en analizar el colectivo de los autónomos<sup>10</sup> en esta comarca en el momento actual. Las diversas informaciones aportadas por las personas entrevistadas suelen coincidir en que, a pesar de que el constituirse como autónomo es una opción para todos aquellos empleados que perdieron su puesto de trabajo, el número de autónomos ha disminuido considerablemente.

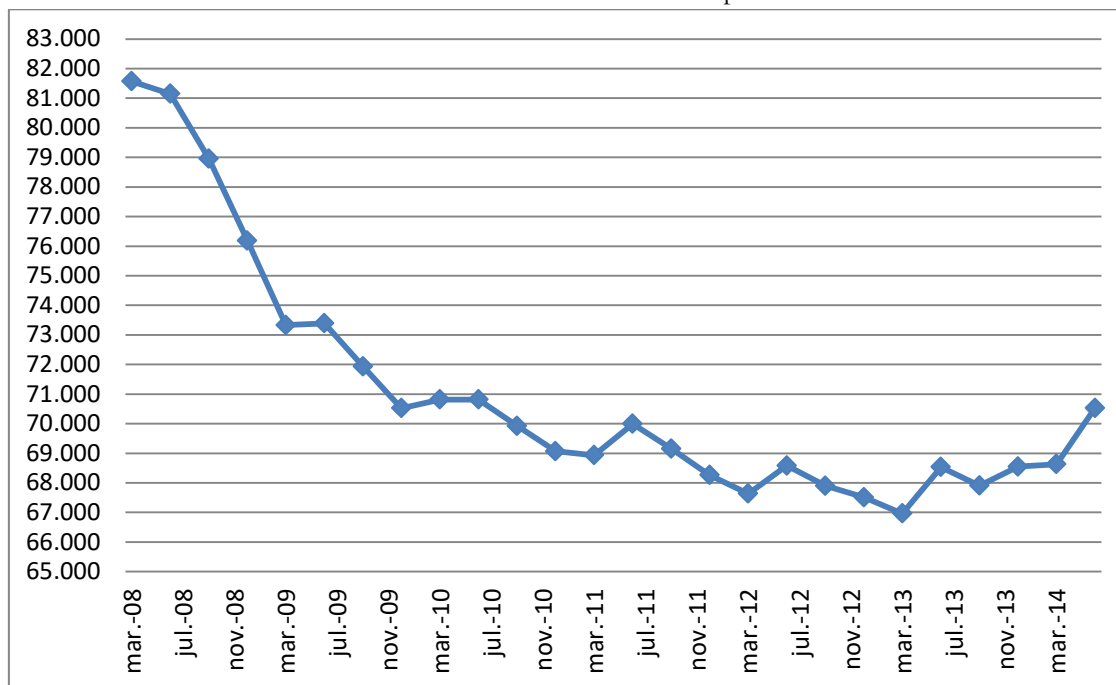
*“Hay menos autónomos que antes. Si el 80% se dedicaba a la construcción, el 40% eran autónomos. Eran personas que se daban de alta y por su cuenta llevaban a cuadrillas e iban a trabajar en obras con empresas, subcontratas, y todo eso ha desaparecido. De los que trabajaban*

<sup>10</sup> En este artículo vamos a hablar de autónomos propiamente dicho, denominación que utiliza el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y que los define como “aquellos trabajadores afiliados a alguno de los regímenes por cuenta propia de la Seguridad Social y que no están integrados en sociedades mercantiles, cooperativas ni en otras entidades societarias. También se excluyen los que figuran como colaboradores familiares y los que están registrados formando parte de algún colectivo especial de trabajadores” (Documento de Fuentes y Metodología a partir de 2008) [http://www.empleo.gob.es/es/sec\\_trabajo/autonomos/economia-soc/autonomos/estadistica/2009/1trim/Autonomos\\_Fuentes\\_Metodologia.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/autonomos/estadistica/2009/1trim/Autonomos_Fuentes_Metodologia.pdf). (Fecha de consulta, 21 de diciembre de 2014)

*en obra como autónomos deben quedar 4 y porque tienen algún convenio con alguien y están trabajando para alguien, porque es que si no es imposible. La gente está apuntada al paro, cobrando lo poco que esté cobrando y si le sale cualquier "retal" en cualquier sitio haciéndolo, porque están abogados. Han estado aguantando desde el 2007, pero ahora están ya con la ayuda familiar o con la ayuda de 52 años. Han estado pagándose el autónomo pero es que llega un momento en que es imposible"* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

Si nos vamos a las fuentes estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (como se puede observar en el gráfico 1) vemos cómo en la provincia de Alicante el número de autónomos dados de alta en la Seguridad Social se redujo de 82.171 al comienzo del 2008, a 70.532 en junio de 2014. La caída más acusada fue hasta finales de 2009, con una disminución más moderada desde entonces, con algunas recuperaciones esporádicas que coinciden con la finalización de los meses de junio, llegando a tener su punto más bajo al finalizar marzo de 2013, con 66.967 autónomos, y sólo observándose una recuperación desde mediados de 2013 y especialmente en el año 2014, que son coincidentes con sendas leyes aprobadas por el gobierno para el fomento del empleo.

Gráfico 1. Evolución altas de autónomos en la provincia de Alicante



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Estas leyes facilitaban una serie de estímulos, reducciones, bonificaciones, etc., a los autónomos, con el objetivo de incrementar el número de ellos.

La primera, la Ley de “Medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo” se aprobó en el Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, publicado en el BOE del 23 de febrero de 2013, y entre otros aspectos, estableció la comúnmente conocida como “tarifa plana” a los menores de 30 años (35 en el caso de las mujeres) que cumplieran algunos requisitos. Ésta consistía en la una reducción de la cuota de contingencias comunes de un 80% durante los 6 primeros meses, del 50% durante los 6 siguientes, del 30% durante otros 6 meses, y una bonificación del 30% durante los 15 meses que siguen a la finalización de las reducciones. Es decir se pasaba de pagar un mínimo de 261,83 euros mensuales, a 53 euros durante 6 meses, incrementándose paulatinamente durante los 24 siguientes.

La segunda fue la Ley 14/2013 de “Apoyo a los emprendedores y su internacionalización” de 27 de septiembre, publicada en el BOE del 28 de septiembre de 2013, que entre otros estímulos extendió las reducciones de la “tarifa plana” a los mayores de 30 años.

En principio, estas leyes parecen haber paliado uno de los primeros obstáculos que impedían la adscripción de nuevos trabajadores, y era el miedo a no poder hacer frente a los costes que conllevaba.

*“El número de trabajadores autónomos ha disminuido. Ahora mismo la gente tiene miedo a lo que es el trabajo. Lo que sí es cierto es que viene mucha gente solicitando información sobre las ayudas del SERVEF para emprendedores y todo eso, pero luego a la hora de tramitarla mucha gente se echa para atrás. La gente tiene ideas pero al final no las materializa”* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

En efecto, los AEDLs<sup>11</sup> y el personal del SERVEF nos explicaban que, si bien sí hay gente, de todas las edades y tanto hombres como mujeres que acuden a sus oficinas para informarse sobre el procedimiento para darse de alta como autónomos, de éstos, pocos son los que al final se animaban a “dar el salto”, pues en su mayoría tienen miedo ante la situación de crisis generalizada en la zona y les faltaba dinero para afrontar las “malas rachas” o los “impagos” que les pudieran venir. Así nos los explican:

---

<sup>11</sup> AEDL: agente de empleo y desarrollo local.

*“Para ser autónomo en estos tiempos hay que ser valiente y decidido y echarse pa’lante, y muchos de los que yo conozco en este pueblo no quieren, no se atreven...y están en el paro...esperando...esperando”.* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral)

Esta misma idea, nos la repiten una y otra vez jóvenes desempleados, quienes si bien sí tienen claro en lo que podrían trabajar como autónomos o como pequeños empresarios, no se atreven a ello por la situación económica y financiera de hoy en día.

A menudo nos contaban los problemas que les causaban el atraso en recibir ciertas ayudas públicas, a lo que el personal de oficinas de empleo y los AEDL’s de la zona solían argumentar:

*“Yo aquí les digo a los autónomos: ‘no montad la empresa pensando en el dinero de las subvenciones, de las ayudas, que pueden tardar o no darlas....tenéis que tener dinero para montarla’ ”* (Técnico, ámbito local, zona de interior).

En todo caso habrá que esperar para ver si los negocios que se han creado consiguen mantenerse, puesto que hasta ahora los precedentes nos muestran cómo los continuos fracasos se suceden, como hemos señalado, a veces por falta de estudios de viabilidad o por la propia situación económica.

*“Hubo un año, el 2009 o por ahí, que la gente asfixiada por no poder conseguir un trabajo intentó crearse su propio puesto, pero no había un estudio de qué era lo que podía funcionar, de viabilidad. Simplemente tenían su cochera, su bajo o el local de no sé qué, y lo que estaba muy de moda era abrir bares. Ha habido gente que me ha dicho que aquí lo único que funciona son los bares, porque no ves que no paran de abrir. No paran de abrir y no paran de cerrar, conforme los abren los cierran. Y los comercios lo mismo, ha habido alguno que ha cerrado. La mayoría que están aguantando... sólo hay una persona que es el autónomo”* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

Mención aparte requiere la creación de un gran centro comercial, en plena crisis económica (en septiembre de 2012), en la zona de playa de Orihuela Costa denominado La Zenia Boulevard<sup>12</sup>, cuya principal clientela es la comarcal, así como la población de residentes europeos que viven durante todo el año en las grandes urbanizaciones.

<sup>12</sup> <http://zeniaboulevard.es/conoce-zenia> (Fecha de consulta: 12-1-2015)

Actualmente es el más grande de la provincia de Alicante, con 62.000 metros cuadrados. Su planteamiento se asemeja a una ciudad y cuenta con múltiples actividades de ocio, restauración y 150 tiendas, entre ellas grandes superficies y multinacionales como Leroy Merlín, Conforama, Alcampo, Decathlon y Media Markt. Este macrocentro comercial abre todos los días del año, y sólo los días 25 de diciembre, 1 y 6 de enero y 1 de mayo abre únicamente el área de restauración y ocio.

Su apertura supuso un problema para el de Torrevieja (centro comercial Habaneras), que vio cómo su antigua clientela prefería ahora ir al nuevo espacio comercial. Debido a ello, los fines de semana de todo el año y todos los días en “temporada alta” suele estar lleno de clientes, produciéndose a veces importantes aglomeraciones y largas esperas para poder comer o cenar en alguno de sus restaurantes.

Igualmente, es llamativo el caso de los negocios chinos, que compiten directamente con los de la población local, y que desde la percepción de esta no se han visto afectados por la crisis económica de la misma manera que los locales, por lo que han conseguido mantenerse e incluso se han abierto algunos nuevos en los últimos años.

Para finalizar este apartado, y antes de profundizar en los negocios chinos, queremos apuntar que nos resulta interesante señalar la idea que ha aparecido en un número considerable de informantes sobre las diferencias de la actividad emprendedora en función del sexo. Para muchos son las mujeres las que se lanzan a emprender ante la indecisión de los hombres:

*“(...) ahora las mujeres son las que tiran y se atreven más.... en el 2011 se pidió una subvención a una señora mayor, que ha montado una empresa de lanas y hace clases de punto y tal en su casa, en su establecimiento, estaba en sus últimos años de cotización ha dicho: ‘¡bueno! no encuentro trabajo...¡pues me monto un pequeño comercio!...’. Hay unas jóvenes que quieren montar también una empresa de servicios a niños. Pero en cuanto a hombres no son nada emprendedores, tienen miedo, porque yo creo que se ven como el cabeza de familia (...)”*  
(Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

*“Se está decidiendo más la mujer, porque es esteticén, es peluquera o tiene alguna formación para poder cuidar niños, o geriatría, muchas mujeres están llevando su casa para adelante, porque el hombre está en economía sumergida, deprimido, desmotivado porque lo único que sabe hacer a lo mejor es la agricultura, o la construcción, o el calzado, y no piensa más allá, no tiene la creatividad que tiene la mujer, por lo menos lo que yo estoy percibiendo”* (Técnico, ámbito local, zona prelitoral).

## EL CASO DE LOS NEGOCIOS CHINOS

Un epígrafe aparte requiere el fenómeno de la actual proliferación de negocios gestionados por población inmigrante china en nuestro país, y concretamente, en el estudio que nos ocupa, los creados en los últimos años en las localidades de la comarca de la Vega Baja del Segura. Pues resulta especialmente interesante cómo en el contexto de crisis económica que vivimos se continúan abriendo y se mantienen estos nuevos comercios. Al respecto, y como afirma Tebar (2013), hemos de tener presente que:

*“La migración internacional procedente del gigante asiático encaja en el marco interpretativo basado en lo que algunos autores denominan: “globalización china” (Pieke, 2004), sociedad transnacional de ámbito global, que afecta tanto a la escala local como a la global en un proceso siempre en movimiento que implica, entre otros, la creación de lugares en múltiples centros y periferias, la producción de nuevas formas de desigualdad y competencia, y la aprehensión de múltiples formas o estrategias de desarrollo económico específicas de cada lugar y al mismo tiempo interconectadas entre sí (Pieke, 2004)”* (Tébar, 2013: 90).

La magnitud de la inmigración china en los últimos años, se puede apreciar en datos que nos muestran cómo la población china en España pasó en diez años de 24.693 habitantes al finalizar el año 1999 (Anuario Estadístico de Inmigración, 1999)<sup>13</sup>, a 119.859 a finales del 2007 (Anuario Estadístico de Inmigración, 2008)<sup>14</sup>, aumentando considerablemente en plena crisis económica, desde este año hasta junio de 2014 a 184.268 (Extranjeros

---

<sup>13</sup> *Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor a 31 de diciembre de 1999*, 17 de diciembre de 1999, Observatorio permanente de la inmigración, Ministerio de Trabajo e Inmigración, Gobierno de España. <http://extranjeros.empleo.gob.es/es/Estadisticas/operaciones/con-certificado/#Detallados>

<sup>14</sup> *Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor a 31 de diciembre de 2007*, 17 de enero de 2008, Observatorio permanente de la inmigración, Secretaría General de Inmigración y Emigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Gobierno de España. <http://extranjeros.empleo.gob.es/es/Estadisticas/operaciones/con-certificado/#Detallados>



residentes en España, 2014)<sup>15</sup>. Esta tendencia también se ha dado en la provincia de Alicante, pasando de 5.134 habitantes al terminar el año 1999 (Anuario Estadístico de Inmigración, 1999) a 8.269 en junio de 2014 (Extranjeros residentes en España, 2014).

Autores como Tebar (2013) afirman que:

“la predilección de la diáspora china por el sur de Europa tiene en nuestro país un papel protagonista (...). Según datos publicados por Eurostat, en 2010 España alcanzó el segundo puesto como país de acogida de residentes de esta nacionalidad, tan sólo por detrás de Reino Unido y muy por delante de países con mayor tradición en la recepción de estos inmigrantes como Francia, Alemania o Italia” (Tébar, 2013: 96)<sup>16</sup>.

Dentro del territorio español, la población china ha venido concentrándose principalmente en las aglomeraciones urbanas de Madrid y Barcelona, ocupando la provincia de Alicante el cuarto lugar de la geografía española en cuanto a habitantes de nacionalidad china (Tébar, 2013: 98). Si bien, se aprecia un alto grado de dispersión por parte de esta población, considerada por muchos autores como una de las comunidades de extranjeros en España más dispersas (Beltrán et al., 2006). De este modo, podríamos hablar:

“(...) de dos procesos paralelos, aunque de magnitud muy diferente, con una alta concentración en grandes ciudades de aquellos inmigrantes chinos llegados recientemente y, por otro lado, de una incipiente búsqueda, por parte de los chinos con más experiencia inmigratoria en España, de ciudades más pequeñas donde el menor número de conciudadanos suponga una competencia menor para el desarrollo de sus actividades económicas” (Tébar, 2013: 99).

Esto se puede observar también en la comarca analizada, donde la actividad económica tradicional en España de este grupo de inmigrantes, los restaurantes chinos, adquirieron un especial auge a partir de los años 90 del pasado siglo XX, y se ha ido difundiendo por la

---

<sup>15</sup> *Extranjeros Residentes en España*, 30 de junio de 2014, Observatorio permanente de la inmigración, Secretaría General de Inmigración y Emigración, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Gobierno de España. <http://extranjeros.empleo.gob.es/es/Estadisticas/operaciones/con-certificado/#Detallados>

<sup>16</sup> Según este mismo autor, basándose en Gladys Nieto (2007) “(...) las claves explicativas para entender la elección mayoritaria de Italia y España: flexibilidad de la legislación de extranjería, con numerosos procesos de amnistía a inmigrantes irregulares en los últimos años; y existencia de multitud de oportunidades relacionadas con la economía sumergida e informal de ambos países, situación que se adapta mejor a sus estrategias de negocios (Nieto, 2007: 36)”. (Tébar, 2013: 97).

práctica totalidad de las localidades de la zona, pasando a formar parte del espacio urbano como uno de los elementos comunes en estos municipios.

Como han apreciado algunos autores en sus investigaciones (Beltrán y Sáiz, 2001: 10-11), la saturación de este espacio laboral ha obligado a los inmigrantes chinos a seguir diferentes estrategias: la primera, en la línea de lo que venimos comentando, ha sido la de abrir nuevos restaurantes en municipios cada vez más pequeños. La segunda, la diversificación de los sectores laborales. Según Gladys Nieto (2003: 169), esta actividad principal de la economía étnica fue dejando espacio a sectores como los talleres de confección de ropa y artículos de piel, dando lugar a lo que se denominarían los “tres cuchillos” (*san ba dao*), que representarían los oficios más comunes de los inmigrantes chinos, es decir, la restauración, la peletería y la industria textil.

No obstante, ya desde la década de 1990 se abrieron en las ciudades españolas tiendas de regalos, de venta al por mayor y negocios para clientela china: bares, supermercados, mercerías, peluquerías, asesorías, hierbas medicinales, estudios fotográficos, joyerías, floristerías (Beltrán y Sáiz, 2001: 10-13), tiendas de frutos secos, locutorios (Petit, 2002: 325), etc.

En la Vega Baja del Segura la diversificación se ha producido principalmente, a lo largo de estos años, por un lado hacia los supermercados, cada vez de mayor tamaño, y con una más elevada variedad de productos, hasta convertirse en auténticos hipermercados, donde podemos encontrar todo tipo de mercancías, con la excepción de productos de alimentación: productos del hogar, de oficina, de jardín, ferretería, droguería, textil, calzado, juguetes, muebles, etc.

Por otro, hacia los *wok*, o buffet libres, donde además de la comida china se han introducido otras cocinas étnicas (japonesa, tailandesa, hindú, italiana, española...).

La dispersión de los establecimientos chinos a todas las localidades de la comarca, incluidas las de pequeño tamaño, se ha desarrollado de la misma manera que lo hicieron en su día los restaurantes, aunque hemos observado una mayor concentración en ciertos enclaves costeros, como son los municipios de Guardamar del Segura, Rojales con su urbanización de Ciudad Quesada, Torrevieja y las playas de Orihuela.

Foto 2. Restaurante chino. Torrevieja, 2015



Fuente: autor

Así por ejemplo, en Ciudad Quesada (Rojales) podemos encontrar diferentes comercios de productos asiáticos que se mantienen funcionando desde hace varios años al sumar a la clientela de españoles, la de extranjeros ingleses y alemanes residentes en la zona durante todo el año.

En este asentamiento residencial de básicamente extranjeros europeos, encontramos tanto restaurantes como pequeños bazares y supermercados “asiáticos” o “chinos”. Además, a unos dos kilómetros a la redonda de donde se ubica, podemos hallar más de tres grandes superficies comerciales de productos chinos de importación creadas en los últimos tres años. Una de ellas, y de las más recientes y de mayor superficie, pertenece al término municipal de Benijófar. Este establecimiento denominado “Merca Benijófar” está ubicado en una gran nave industrial de 4.000 metros cuadrados destinado a la venta de productos multiprecio de importación china. Se halla estratégicamente a las afueras de la localidad de Benijófar, al lado de la carretera que une este municipio con Ciudad Quesada. A unos 300 metros se ha abierto, no por casualidad, un supermercado de Mercadona. Justo enfrente de este hipermercado oriental, al cruzar la carretera, encontramos, como viene siendo usual, un gran restaurante Wok que oferta diversos menús económicos y un buffet libre, y cuya clientela principal suelen ser turistas y residentes extranjeros del norte de Europa.

Foto 3. Gran superficie comercial china. Benijófar, 2015.



Fuente: autor

Por su parte, en otra localidad, cerca de Ciudad Quesada y Torrevieja, San Miguel de Salinas, podemos hallar igualmente un *wok* y junto a él un bazar chino. Y lo mismo ocurre en otras localidades de la zona. Por ejemplo en Guardamar del Segura tenemos restaurantes *wok*, varios restaurantes chinos “más tradicionales y pequeños”, e hipermercados asiáticos. Ambos tipos de establecimientos, junto a los más tradicionales restaurantes, se han seguido abriendo en toda la comarca en los últimos años, ya en tiempo de crisis.

Frente a la imagen y desconcierto que se evidenciaba en muchas ocasiones sobre el mal funcionamiento de las empresas y negocios regentados por españoles, la destrucción continua del tejido empresarial, la pérdida del empleo de los trabajadores, contrastaba la percepción tan extendida entre los habitantes de la comarca, y que se ha podido apreciar frecuentemente en los testimonios de nuestros informantes, del buen funcionamiento y de la incesante proliferación de los establecimientos chinos:

*“Los bazares chinos funcionan, está repleto y siguen abriendo. Incluso en locales míticos del centro, eso es curioso. Una tienda por ejemplo de electrodomésticos de toda la vida, de familia de aquí, a lo mejor 20 o 30 años abierto y ahora la gestionan unos chinos y ya no son electrodomésticos. Ahora es un bazar. De eso ya he visto un par en el centro”* (Técnico, ámbito local, zona litoral).

No obstante la percepción que los autóctonos de la comarca tienen sobre los inmigrantes chinos y sus negocios no deja de ser paradójica pues no entienden su cultura del trabajo. Por un lado, destacan su buen funcionamiento en comparación con los propios negocios, pero, por otro, se producen comentarios y reacciones xenófobas, alimentadas en muchos casos por un choque cultural, y un etnocentrismo que se focaliza en la concepción del trabajo y de la empresa.

Y es que, efectivamente, “a pesar de su mayor presencia en España, la inmigración china suele considerarse la más desconocida entre el resto de nacionales extranjeros y una de las menos integradas” (Nieto, 2003: 167-168). Como advierte esta autora se suele pensar que los chinos se ocupan de sus asuntos solos, que viven en una comunidad cerrada y que no pretenden integrarse ni aprender nuestro idioma; y aunque “existen razones para descubrir en tales imágenes aspectos fragmentarios de su realidad social, los inmigrantes chinos se encuentran constreñidos a responder a estos estereotipos sociales, ubicándose a veces en otras representaciones típicas o exóticas” (Nieto, 2003: 167-168).

Esta percepción se ha visto condicionada por los medios de comunicación, que ya desde los años 90, década en la que se produjo una masiva llegada de inmigrantes chinos, registraron sucesos delictivos, “extorsiones, secuestros, reyertas, etc., en los que se hallaban implicados algunos de estos nacionales” (Petit, 2002: 334). Hechos que fueron descritos como consecuencia de las operaciones de las mafias chinas que se estaban instalando en España. Las noticias hablaban de la explotación de inmigrantes chinos sin papeles en talleres clandestinos, la extorsión a dueños de restaurantes mediante el requerimiento de un impuesto de protección, etc. (Petit, 2002: 334). Igualmente se han difundido noticias sobre talleres donde se hacían estos inmigrantes, espacio donde también aparecían colchones e instrumentos de cocina, y que utilizaban para dormir y comer (Petit, 2002: 327), o la detención del conocido empresario chino Gao Ping, propietario de negocios en Madrid, acusado de ser el cabecilla de una organización criminal dedicada, entre otras cuestiones, al blanqueo de dinero.

Estos mensajes se unen a ideas estereotipadas, que han aparecido en nuestros informantes, de que sólo dan puestos de trabajo a sus propios compatriotas, de la sospecha de la economía sumergida, de que los precios que ofrecen son demasiado bajos para que las empresas locales puedan resultar competitivas constituyendo un factor más para el cierre,

de que no respetan el horario máximo de trabajo y trabajan como esclavos, de que sólo copian o plagian, de que sus productos son de muy mala calidad, etc.

En algunas ocasiones, nuestros informantes argumentaban con ejemplos cercanos, es decir, acaecidos en su propia localidad, como el caso del cierre de un establecimiento de regalos de dueños locales de Callosa de Segura, y de su traspaso a comerciantes de origen chino, que lo volvieron a abrir como bazar de diferentes productos fabricados en China. Pero esta vez adoptando el nombre de “El Corte Chino”, como reclamo publicitario, similar a la conocida empresa española de “El Corte Inglés”. Esto lo hemos visto en algunas localidades de la comarca como Callosa de Segura y Guardamar del Segura.

Foto 4. El Corte Chino. Guardamar del Segura, 2012



Fuente: grupo de investigación Eculge

Otras veces nos contaban que propietarios y cocineros chinos estaban abriendo ya restaurantes y bares de comida española, y cómo pensaban que para ello trataban de copiar la propia gastronomía que ofrecían los locales del entorno:

*“Yo tengo muchos clientes chinos, pero yo ya he descubierto el porqué. Porque me copian mis tapas (risas). Vienen y se copian de todo, yo tengo muchos clientes, tengo el de la Gran Muralla, ese es cliente mío porque a ese le gusta mi comida. Yo también he ido de vez en cuando allí porque también se mueve muy bien el asiático ese, pero ellos son clientes míos, él y su familia. Igual que el chino que había al lado, pero el resto de chinos que yo tengo es porque han venido a copiarme la comida. Lo tengo más claro..., el que ha cogido la antigua peña madridista estuvo un mes viniendo aquí comiéndose toda mi comida, probó todo lo que yo tengo hasta que ha*

*montado su bar. Y ha probado toda mi comida. Y luego montan bares y te hacen gambas al ajillo, tortilla de patatas y magro con tomate. Ellos han cogido, vienen con un cocinero, lo prueban todo, pagan, pagan, pagan, te piden platos de todo, cuentas de 70-80 euros. No han comido nada, pero lo prueban y están sabiendo lo que tienen que hacer. Y vienen un día, y vienen dos, vienen tres, vienen cuatro, y hasta el sexto que ya han comido siete veces magra con tomate ya saben lo que lleva. En Torrevieja creo que ya hay 4 bares chinos españoles, el de la peña es el último que han cogido pero por La Siesta hay uno, en Torrevieja había otro,... bares españoles típicos” (Empresario, ámbito local, zona litoral).*

Foto 5. Bar chino que todavía conserva la decoración de la antigua peña madridista.  
Torrevieja, 2015



Fuente: autor

Como afirman Beltrán y Sáiz:

“Las características de la actividad económica y del trabajo chinos desafían en parte a las convenciones de la sociedad hegemónica porque su lógica interna, las expectativas, los valores que ponen en juego aparentemente no son compartidos por la sociedad de acogida que ante su desconcierto (...) con el resultado de un considerable aumento de la xenofobia y la aparición de conflictos que convierten a los trabajadores chinos en chivos expiatorios de las contradicciones y desigualdades generadas por el sistema capitalista globalizado del cual todos, chinos y autóctonos, formamos parte” (Beltrán y Sáiz, 2001: 3).

La economía de los inmigrantes chinos presenta unas características culturalmente distintas a la economía comarcal, que la convierten en el blanco de actitudes xenófobas a la vez que la hace, probablemente, más competitiva.

Uno de los objetivos a los que aspira este colectivo es basar su actividad económica en la familia, que controle los medios de producción sin depender de ingresos externos, en lo que podríamos denominar “familia-corporación” o “familia-empresa” (Beltrán y Sáiz, 2001: 10-11, Petit, 2002: 327). De este modo, “un miembro de la familia, al menos, es trabajador autónomo, dado de alta en la Seguridad Social, y otros pueden ser, y son, trabajadores dependientes también dados de alta en la Seguridad Social” (Beltrán y Sáiz, 2001: 24). La línea entre la economía sumergida y la emergida a veces es difícil de trazar. La familia maximizará la mano de obra de sus miembros, actuando de un modo racional y estratégico (Beltrán y Sáiz, 2001: 24). Para estos autores:

“El problema de fondo entre las diferentes visiones que ofrece la sociedad de acogida y el colectivo chino sobre el trabajo radica en modos de organización que priman distintos valores y las consecuentes prácticas y estrategias. De un modo simplificado se podría reducir al distinto peso que cada sociedad otorga a prácticas consideradas “informales”. El mundo “informal” chino está muy bien estructurado, conlleva un modo de actuar legítimo, correcto y moral para cumplir con los objetivos privilegiados y admitidos por todos como normativos, básicamente la independencia y la prosperidad familiar. Los ciudadanos chinos, por otra parte, no desean vivir en la clandestinidad y en cuanto tienen la mínima oportunidad regularizan su situación (todos los procesos de regularización de extranjeros llevados a cabo en España siempre tienen a un alto porcentaje de solicitantes chinos). Su vocación no es ser irregulares, y si algunos de ellos lo son temporalmente se debe a circunstancias estructurales que les obligan a ocupar esa posición” (Beltrán y Sáiz, 2001: 20).

A estas redes de parentesco, podemos añadir las redes de solidaridad y reciprocidad basadas en otros vínculos sociales como la amistad o el sentimiento identitario de comunidad. Para Petit (2002: 327-328), éste es uno de los motivos por los que pueden obtener liquidez económica sin tener que recurrir al sistema financiero y a los préstamos bancarios. De modo que la ayuda económica es ofrecida entre amigos y familiares, otorgándose



usualmente créditos monetarios sin la necesidad de ningún documento escrito, basados únicamente en la confianza mutua y en el compromiso de devolución.

Otra de las características de la empresa familiar china es la no separación entre la residencia y el lugar de trabajo, modo de funcionar propio de la sociedad china “donde el empleador, bien sea el estado o una empresa familiar, proporciona la vivienda a sus empleados” (Beltrán y Sáiz, 2001: 21). Según Petit (2002: 327-328), esto les dota de una ventaja competitiva, puesto que al no tener que hacer frente al alquiler pueden ahorrar, y, de este modo, lograr más rápidamente la independencia y crear un negocio propio. A esto habría que sumar el grado de implicación en el trabajo, o la cantidad de tiempo que están dispuestos a invertir en él, puesto que la concepción del trabajo de los inmigrantes chinos se basa más en la concentración de un trabajo más intensivo en un menor número de años y una jubilación más temprana. Esta idea les predispone culturalmente a realizar largas jornadas de trabajo, lo cual supone una diferencia significativa con los habitantes autóctonos de la comarca.

Obviamente, hay que considerar que dados los bajos precios de muchos de sus productos (importados de China principalmente) la población de la comarca, que ha visto drásticamente disminuida su capacidad de consumo, acuda a estas nuevas tiendas para abastecerse de “casi todo”.

*“Tienen precios muy baratos, precisamente por eso la crisis les viene muy bien, porque muchas familias que no pueden comprar en otros sitios son ahora sus clientes”* (Empresario, ámbito local, zona de interior).

Es importante apuntar la idea generalizada de nuestros entrevistados sobre lo perjudicial que resulta para las empresas españolas de la zona la presencia de estos establecimientos y negocios asiáticos a los que, debido a los bajos precios que ofertan, hacen casi imposible competir con ellos. Por este motivo, muchos abogan por controlar la importación masiva de productos de Asia y tomar medidas más proteccionistas que preserven la producción local:

*“Competencia muy fuerte están haciendo los chinos. Sólo hay que ver los polígonos industriales de Elche y Crevillente...Les interesa quedarse todos los canales de distribución y comercialización. Son una apisonadora. Hasta que no se carguen a Zara no van a parar. Creando sitios como*

*Primark...No tienen ninguna prisa pero por donde van pasando los chinos lo dejan fundido, no es un comentario en negativo, es una estrategia”* (Técnico, ámbito local, zona de interior).

Es significativo lo que se puede extraer del análisis de la cita anterior, en la que el informante alude a la cadena de tiendas de ropa denominada *Primark*, la cual oferta precios muy competitivos, como de origen chino, sobre todo si conocemos que estos hipermercados son de nacionalidad irlandesa, y nos ilustra sobre cómo en el imaginario colectivo se asimila la idea de que “todo producto barato debe ser chino”.

Estos comentarios que se repiten de una y mil maneras y destilan un cierto aire de pesimismo y resignación:

*“Aquí no tenemos industria ni la tendremos, con la competencia del mercado chino ya sólo podemos distribuir sus productos y aprender chino, sale mucho más rentable importar que fabricar”* (Empresario, ámbito local, zona prelitoral).

Y a esto se suma el hecho de que la diversificación de establecimientos chinos sea cada vez mayor, e incorporen nuevas actividades.

Foto 6. Negocio chino. Torrevieja, 2015.



Fuente: autor

Ahora bien, a pesar de la percepción de competitividad de este tipo de negocios, en ningún caso se hallan al margen de las coyunturas económicas globales y locales. Estas tiendas asiáticas también compiten entre ellas, y se han visto afectadas por las grandes superficies comerciales que están floreciendo en la zona los últimos años, y por todo tipo de situaciones locales.

Por ejemplo, en Callosa de Segura, en otoño de 2011 abrió sus puertas un hipermercado chino que ocupa una gran nave industrial y que está ubicado al lado de la carretera que comunica esta localidad con Cox. El trazado del AVE, que atravesará la “Sierra de Callosa” perjudica el acceso a esta gran tienda, apreciándose una menor afluencia de coches en su parking y por tanto de clientela, aunque fecha de hoy permanece abierto. Por su parte, en Torrevieja han cerrado dos de estas grandes superficies chinas por no poder competir y verse afectadas por la crisis.

## **REFLEXIONES FINALES**

La Vega Baja del Segura es uno de esos territorios de España especialmente afectados por la crisis económica. La estructura de su tejido empresarial, que ha basado su actividad en los últimos años en el ya improductivo sector de la construcción, no genera los suficientes puestos de trabajo y muchos de sus habitantes se han visto condenados al desempleo.

Antes esta tesitura, como algunos autores han señalado, para conseguir fomentar el desarrollo local y la creación de empleo es preciso detectar “qué sectores económicos están presentes, su importancia como generadores de empleo y rentas, su carácter más o menos innovador, emergente, estancado o en declive” (Esparcia, 2003: 112).

Los intentos de supervivencia empresarial y emprendedurismo en la comarca se han realizado, en gran parte de los casos, sin estudios de mercado especializados, dado el reducido tamaño de las empresas y su escasa capacidad económica.

Algunos autores señalan que, para garantizar la permanencia empresarial se hace preciso aumentar la calidad de los productos, la innovación, la eficiencia y la eficacia en la realización del trabajo, la optimización de tiempos, etc., y más aún en momentos como el actual de enorme incertidumbre económica y empresarial (Melián y Campos, 2010: 62).

En todo caso, nos hallamos ante una situación en la que los caminos que se han seguido durante la época del auge de la construcción ya no funcionan, requiriéndose nuevas lógicas más acordes al momento actual. La innovación, la calidad, la coordinación y el cambio en la cultura del trabajo son posibles vías a explorar que podrían favorecer la regeneración del tejido empresarial de la comarca en un mundo globalizado.

**BIBLIOGRAFÍA**

Beltrán, Joaquín y Sáiz, Amelia (2001). *Trabajadores y empresarios chinos en Cataluña*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Beltrán, Joaquín y Sáiz, Amelia (2003). “Trabajadores y empresarios chinos en Cataluña”, *Ponencias IV Congrés Cátala de Sociologia, Reus*. [www.iecat.net/institucio/societats/ACSociologia/.../beltransaiz.doc](http://www.iecat.net/institucio/societats/ACSociologia/.../beltransaiz.doc)

Beltrán Joaquín; Oso, Laura, y Ribas, Natalia (2006). “Un campo de estudio para el empresariado étnico en España”. En Beltrán Joaquín; Oso Laura, y Ribas Natalia (eds.). *Empresariado étnico en España*. Madrid: Fundación CIDOB, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales,

Benito, Sonia y Platero, Manuel (2012). “Las microempresas en tiempos de crisis: análisis de la formación, la experiencia y la innovación”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 108, 7-38.

Cáceres, F.R y Aceytuno, M.T. (2008): “La innovación como fuente de oportunidades empresariales” en *Revista de Economía Mundial*, 19, 136-156.

Esparcia, Javier (2003). “Sectores productivos y dinámica socioeconómica. Una aproximación a la situación y cambios recientes en áreas rurales valencianas”. *Revista Serie Geográfica*, 11, 91-115.

Instituto de Empresa. *Informe Ejecutivo GEM España* (2009) [www.ie.edu/gem](http://www.ie.edu/gem)

Irizar, Iñazio (2003). *Cómo crear una empresa*. Barcelona: Gestión 2000.

Kleinknecht, A. (1981) “Observations on the Schumpeterian Swarming of Innovations” in *Futures*, 13, 293-307.

Melián, Amparo y Campos, Vanessa (2010). “Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 100, 43-67.

Nieto, Gladys (2003). "La inmigración china en España. Definiciones y actuaciones sobre integración social". *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 63, 167-189.

Nieto, Gladys (2007). *La inmigración china en España: Una comunidad ligada a su nación*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Núñez, J. Aníbal (2012). "Sobre consumo privado e incertidumbre. Un análisis con datos regionales españoles". *Rev. Investigaciones Regionales*, 25, 111- 131.

Planellas, Marcel (2003). *De la idea a la empresa*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Petit, Amelia (2002). "Una mirada a la comunidad china desde Occidente". *Cuadernos de Geografía*, 72, 321-336.

Pieke, Frank N. (2004). *Chinese Globalization and Migration to Europe. Documento de trabajo n° 94*. San Diego: The Center for Comparative Immigration Studies, University of California.

Schumpeter, J.A. (1975): (publicado originalmente en 1942) *Capitalismo, socialismo y democracia*, Nueva York: Harper, 82-85.

Tébar, Jesús (2013). "Patrones espaciales de la diáspora china en el mundo, España y Madrid". *Historia Actual Online (HAO)*, 30, 89-103.

Uribe, Juan; De Pablo, Jaime (2011). "Revisando el emprendedurismo". *Revista Boletín Económico de ICE*, 3021, 53-62.

Vázquez Barquero, Antonio (2012). "¿La recuperación de la economía española, una cuestión territorial? El papel de las empresas y de los espacios innovadores". *Revista de Estudios Empresariales de Cartagena*, 1, 5-26.

Veciana, José M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Barcelona: Ed. La Caixa.

**Recepción:** 5-8-16

**Aceptación:** 20-10-16