

RAÚL LARDIÉS BOSQUE

Departamento de Geografía y O. T. Universidad de Zaragoza

Inmigrantes comunitarios y desarrollo de empresas turísticas en las zonas costeras de Cataluña

RESUMEN

En este artículo se presentan los resultados de un estudio que analiza la inmigración de ciudadanos comunitarios en las zonas costeras de Cataluña, los cuales desarrollan su actividad económica al frente de pequeños negocios turísticos. Del análisis de las motivaciones para la emigración, y de los aspectos relacionados con el funcionamiento del negocio, se desprende que tanto el desplazamiento de estos ciudadanos como la apertura de las empresas están mucho más motivados por razones de tipo personal, familiar, climático y medioambiental que por razones estrictamente económicas o laborales. Los resultados sugieren que las teorías sobre migraciones internacionales aportan pocas explicaciones acerca de estos flujos de inmigrantes.

RÉSUMÉ

Les immigrants de l'Union Européenne et le développement d'entreprises touristiques sur le littoral de Catalogne.- Dans cet article on présente les résultats d'une étude sur l'immigration de citoyens communautaires qui ont ouvert des petites entreprises touristiques sur le littoral catalan. L'analyse des motivations de l'émigration et des aspects relatifs au fonctionnement des entreprises prouve que tant le déplacement que l'ouverture des négoce ont des raisons plutôt personnelles, familiales, climatiques et environnementales que strictement

économiques ou relatives au travail. Les résultats suggèrent aussi que les théories sur les migrations internationales proportionnent peu d'explications sur ces flux d'immigrants.

ABSTRACT

The immigrants from the European Union and the development of tourist businesses in the coastal area of Catalonia.- This paper shows the results of a study about the immigration of UE citizens into the coastal areas of Catalonia and their economic activity as small tourist entrepreneurs. The reasons for immigrate and the manner in which these businesses are run have to be found less by work or economic motivations than by personal, family, climatic or environmental considerations. The results also suggest that international migration theories offers little to explain these migration inflows.

Palabras clave / Mots clé / Key words

Inmigración, litoral, empresas turísticas, Unión Europea, Cataluña
Immigration, littoral, entreprises touristiques, Union Européenne, Catalogne.

Immigration, coastal areas, tourist businesses, European Union, Catalonia.

I

INTRODUCCIÓN

LA ESCENA migratoria europea está dominada actualmente por nuevos flujos de población, tanto en lo que respecta al volumen como a la dirección de los mismos. Junto a los movimientos de refugiados que se producen desde el este al oeste de Europa, o los movimien-

tos de trabajadores de alta cualificación que parecen ser los numéricamente dominantes entre esos nuevos flujos (SALT, 1996), los desplazamientos de población desde los países del norte de Europa a los del sur están dando lugar a una nueva distribución geográfica de las migraciones en el continente. Pero a diferencia de los flujos de décadas pasadas, muchos de los actuales no están

motivados fundamentalmente por motivos de trabajo, sino de consumo, y ligados mayoritariamente a otros desplazamientos previos de carácter turístico (BULLER y HOGGART, 1994). En este artículo se analiza un tipo concreto de estos nuevos flujos, al estudiar a los inmigrantes extranjeros procedentes de países comunitarios (en su mayoría noreuropeos) que se han trasladado a la costa catalana para poner en marcha negocios turísticos.

Los resultados de este artículo se basan en 113 entrevistas realizadas durante 1996 y 1997 a inmigrantes extranjeros de origen europeo que eran propietarios o regentaban alguna pequeña empresa de turismo (LARDIÉS, 2000). La selección de Cataluña como zona de estudio responde al importante peso del sector turístico en la economía de la región. SHAW y WILLIAMS (1990) reconocen que la relación existente entre el turismo y las empresas del sector depende del tipo de desarrollo turístico producido. En tal caso, es sabido que España es el destino principal cada año de millones de turistas noreuropeos y que esa gran demanda noreuropea ha contribuido al desarrollo turístico de la zona mediterránea española (NAYLON, 1992). En particular, Cataluña ha sido una de las regiones en donde más se ha desarrollado este sector, y que mayor número de turistas del norte de Europa recibe. Por tanto, un objetivo de este análisis es ver también si existe alguna relación entre los flujos turísticos dominantes y las pautas migratorias entre esos países y Cataluña.

A propósito de este tipo de estudios, la investigación en nuestro país ha profundizado muy poco en la relación existente entre la inmigración extranjera y su impacto en el desarrollo de empresas turísticas. Pensamos que por dos razones. La primera es que, desde el punto de vista de las migraciones de población, los flujos desde países del norte de Europa a los del sur son relativamente recientes y sus protagonistas pertenecen a unas nacionalidades que no han participado tradicionalmente en las grandes corrientes migratorias (ZLOTNIK, 1992). La segunda razón es que, desde el punto de vista del empresariado turístico, se han realizado muy pocos estudios sobre este aspecto en particular y mucho menos referidos a empresarios de procedencia extranjera (LARDIÉS, 1999). Sin embargo, esta parquedad de estudios en España contrasta con los trabajos realizados en algunos países europeos, la mayor parte de los cuales se refieren a empresarios turísticos de origen extranjero con negocios en grandes urbes, y pertenecientes la mayoría de las veces a minorías étnicas procedentes de países asiáticos, africanos o caribeños (WALDINGER y otros, 1990; WARD, 1991).

Mientras los estudios sobre el turismo en España se han centrado mayoritariamente en aspectos como la oferta o demanda de determinados servicios, o en los flujos entre lugares de origen y destino (WILLIAMS y SHAW, 1988; ANTON CLAVÉ y otros, 1996), los aspectos sociales y culturales del turismo referidos al empresariado y a la formación y funcionamiento de las empresas han atraído muy poco la atención de los investigadores. Mucho más, cuando ese empresariado es extranjero y se intenta analizar la formación de empresas en el contexto de la inmigración desde otros países. Sobre este particular, las mejores referencias bibliográficas a escala europea las constituyen los trabajos realizados por G. Shaw y A. M. Williams (SHAW y WILLIAMS, 1987; SHAW y WILLIAMS, 1988; WILLIAMS y SHAW, 1988; WILLIAMS y SHAW, 1989a; WILLIAMS y otros, 1989b), en donde se analizan desde un punto de vista sociocultural las diferentes vías para acceder al empresariado turístico en la región inglesa de Cornwall, aunque sólo teniendo en cuenta los empresarios de origen nacional.

II

INMIGRANTES COMUNITARIOS EN PAÍSES MEDITERRÁNEOS: EL SOL COMO OBJETO DE CONSUMO

En las últimas dos décadas se han producido cambios importantes en la composición de los flujos migratorios intraeuropeos debido al declive de empleos industriales y al rápido crecimiento de las actividades terciarias en la mayoría de los países europeos (OECD, 1992). La pérdida de puestos de trabajo en el sector industrial ha conllevado la disminución de las migraciones que satisfacían necesidades laborales, mientras que el crecimiento de los empleos terciarios potencia nuevas migraciones intraeuropeas. En concreto, el turismo es responsable de muchos de esos desplazamientos debido a la creciente movilidad que genera, además de por la especialización adquirida por muchas regiones europeas, en particular las mediterráneas.

En números absolutos, los movimientos de población entre los países europeos han decaído en las últimas décadas dando lugar a una nueva distribución geográfica de los efectivos migratorios en el continente (SIMON, 1993). Sin embargo, una característica fundamental del nuevo mapa de las migraciones europeas es el aumento de los desplazamientos de población desde los países del norte de Europa a los del sur, y en especial a regiones mediterráneas (WILLIAMS y otros, 1997). En

ese contexto, la población extranjera con origen en otros países europeos es la más numerosa entre todos los ciudadanos extranjeros que residen en España, constituyendo más de la mitad de todos ellos (51,8%) en 1994 (DIRECCIÓN GENERAL DE MIGRACIONES, 1996). En ese año, de todos los inmigrantes extranjeros de origen europeo, los pertenecientes a algún país de la entonces CEE suponían la mayoría con un 88%, y entre todas las nacionalidades comunitarias, la británica con 62.317 ciudadanos (29,6% de la CE) era la más representada, seguida de los alemanes (38.229 y 18,2%), portugueses (34.943 y 16,6%) y franceses (28.511 y 13,6%). A esos grupos les seguían en importancia los residentes de origen italiano (17.989 y 8,5%), holandeses (12.118 y 5,7%), belga (8.278 y 3,9%) o danés (4.539 y 2,2%).

Se aprecia, por tanto, que la gran mayoría de los ciudadanos extranjeros de otros países comunitarios proceden mayoritariamente de países del norte de Europa (59,8%, excluyendo Francia), mucho antes que de los países vecinos del sur. Es de destacar, en la última década, el aumento significativo de los residentes de otros países comunitarios en nuestro país, cuyo número ha pasado de 134.282 en 1984 a 220.674 en 1994 (DIRECCIÓN GENERAL DE MIGRACIONES, 1996). En especial, este crecimiento ha sido muy notable en el caso de los ciudadanos de países del norte de Europa, cuyo número aumentó un 145,7% entre 1982 y 1990. Por nacionalidades, los que más crecieron entre ambas fechas fueron los ciudadanos irlandeses (273,3%), seguidos de los franceses (188,2%), británicos (174,1%), holandeses (104%), belgas (95,5%), alemanes (93,1%) y daneses (92,4%) (INE, 1994).

A escala regional, la tendencia detectada en Cataluña se enmarca dentro de la española, siendo también los residentes extranjeros procedentes de países europeos los más numerosos. Por continentes, los residentes de origen europeo representaban en 1994 el 37,1% del total de la región, de los cuales la mayoría (89,4%) procedía de países comunitarios. De todos estos residentes comunitarios, un buen número está compuesto por alemanes y británicos (39,6%), mientras que otro gran número procede de países del ámbito mediterráneo (el 37,8% son franceses e italianos). En concreto, el porcentaje de residentes extranjeros con origen en países del norte de Europa (exceptuando, por tanto, Grecia, Italia, Francia y Portugal) es del 57,4%, perteneciendo los grupos de residentes más numerosos a Alemania (6.413 residentes), Reino Unido (4.533), Países Bajos (2.194), Suiza (1.227) y Bélgica (1.187) (DIRECCIÓN GENERAL DE MIGRACIONES, 1996).

España, por lo tanto, se ha convertido desde hace algunas décadas en un destino favorito para residentes de otros países europeos que deciden fijar su residencia temporal, o definitiva, en nuestro país. Muchos lo hacen, bien para disfrutar de la jubilación, o bien para trabajar en el sector servicios, aprovechando las oportunidades que les brinda el desarrollo del turismo; KING y RYBACZUK (1993), VALERO ESCANDELL (1992) y JURDAO y SÁNCHEZ (1990) dan prueba de ello con sus estudios referidos a la costa alicantina y Costa del Sol, respectivamente. En ambos casos se señala que el clima, los bajos precios, junto con las condiciones y estilo de vida, han sido las principales motivaciones de los inmigrantes para fijar su residencia en España. Similares conclusiones aporta EATON (1995) en su estudio sobre la implantación de negocios turísticos en la Costa del Sol por parte de británicos, con la particularidad de que en este caso se trata de población económicamente activa y, por tanto, no jubilada. El autor afirma que para el 60% de los empresarios británicos entrevistados, la bondad climática fue considerada como la principal razón para el establecimiento en la Costa del Sol.

Al igual que en España, en otros países mediterráneos, como es el caso de Francia, se ha producido un similar crecimiento de la población procedente del norte de Europa. La comparación de los censos de población de 1982 y 1990 arroja un notable incremento de residentes extranjeros, en especial de irlandeses (106,4% de incremento), daneses (59,9%), británicos (48,3%), holandeses (24,8%) y alemanes (19,8%) (INSEE, 1992). Lo característico del caso francés es que si los residentes extranjeros de países europeos que desarrollaban alguna actividad económica eran más del 50% hacia mediados de los años ochenta, en 1990 sólo suponían un tercio del total (OECD, 1992). Por tanto, tal y como BULLER y HOGGART (1994) han señalado, la pérdida de importancia de los desplazamientos ligados al trabajo y la creciente importancia de los ligados al ocio ha originado cambios importantes en la composición de la inmigración en Francia.

Todas estas cifras demuestran, primero, que la participación de inmigrantes noreuropeos en los flujos de población extranjera está aumentando rápidamente tanto en España como en Francia y, segundo, el paralelismo existente entre las motivaciones de los inmigrantes noreuropeos en ambos países a la hora de trasladar su residencia a una región mediterránea. Desde el punto de vista de esas motivaciones, una característica referida a estos nuevos flujos migratorios es el interés por satisfacer un ansia consumista (FIELDING, 1993; BULLER y

HOGGART, 1994). En este sentido, hay pruebas suficientes para pensar que el consumo de un determinado clima, entorno o cultura, incita a la emigración a un gran número de inmigrantes. Sin embargo, esos planteamientos consumistas no están restringidos únicamente a grupos de población retirada (PERRY y otros, 1986), sino que son extensibles a los de población activa. A este contexto «consumista» es al que nos referiremos al analizar algunas características de inmigrantes comunitarios con empresas turísticas en la costa catalana. Pero antes, vamos a prestar atención a cómo los desplazamientos turísticos de corta duración hacia las costas mediterráneas españolas, y en particular hacia las catalanas, incitan a migraciones de más larga duración, constituyendo una fuente de atracción para los inmigrantes extranjeros en relación con las oportunidades laborales que el sector turístico ofrece.

III

LA TERCIARIZACIÓN, EL DESARROLLO DEL TURISMO Y LAS NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LOS INMIGRANTES EXTRANJEROS

Un hecho que refleja las transformaciones económicas producidas en los países europeos en las últimas décadas ha sido el crecimiento del empleo en el sector terciario (OECD, 1992). Estas transformaciones han supuesto, por un lado, el abandono del sistema de producción masivo caracterizado por la producción industrial en grandes empresas y, por otro, la adopción de formas de producción más flexibles y a menor escala. El resultado ha sido un trasvase importante de población activa desde el sector secundario al terciario, aglutinando este último la mayor parte de la población activa. Precisamente es en países del sur de Europa donde mayor es la flexibilidad en la producción y donde las nuevas formas de organización del mercado de trabajo potencian la creación de «nichos» laborales para inmigrantes extranjeros, en relación con prácticas más o menos marginales o ilegales (KING y RYBACZUK, 1993).

Este crecimiento del empleo terciario está teniendo un claro beneficio en los inmigrantes extranjeros, y prueba de ello es la creciente participación de los trabajadores extranjeros en las economías de los países europeos durante la última década (OECD, 1994). El sector turístico es uno de los que mayor número de extranjeros ocupa y, por tanto, en este escenario es donde debemos contextualizar el fenómeno de las empresas turísticas puestas en marcha por algunos grupos de inmigrantes

extranjeros en Cataluña. Por lo general, y a diferencia de como debiera ser, se trata de trabajos que pueden ser ocupados sin poseer una cualificación determinada ni una preparación especial, con lo cual la penetración se hace más fácil. A ello se une también la relativa facilidad para la apertura de un pequeño negocio en el sector de los servicios, y en particular en las ramas de la hostelería y la hotelería.

Al margen de las posibilidades que la situación económica general ofrece para los inmigrantes, la gran afluencia turística desde países europeos, y en especial los del norte, ha tenido grandes consecuencias para España y en concreto para Cataluña. Por ejemplo, en lo que se refiere a la atracción e instalación de inmigrantes de origen noreuropeo en la costa mediterránea y la posterior apertura de un negocio turístico, la gran afluencia de turismo noreuropeo ha hecho aumentar sustancialmente las oportunidades de empleo para los inmigrantes de esos países. Primero, porque gracias a las estancias turísticas España llega a convertirse en un destino conocido y familiar. Segundo, porque todo ese turismo supone un gran mercado para explotar, en el sentido de que una gran demanda de turismo extranjero ofrece el marco perfecto para el desarrollo de negocios por parte de inmigrantes extranjeros (GIBSON, 1992). A continuación analizaremos lo que el turismo procedente del norte de Europa supone en Cataluña (y por extensión, en España), lo cual nos permitirá establecer un paralelismo entre las principales nacionalidades que componen el turismo extranjero y, posteriormente, las nacionalidades más representadas entre los empresarios turísticos de origen extranjero en la región catalana.

1. FLUJOS TURÍSTICOS NOREUROPEOS HACIA CATALUÑA

Desde finales de la década de los años cincuenta, las costas europeas del mar Mediterráneo han constituido un destino prioritario para millones de turistas de países noreuropeos. Prueba de ello es el aumento de las llegadas de turistas internacionales y de los ingresos por divisas procedentes de estos desplazamientos (MONFORT y otros, 1996). En respuesta a tal demanda, los países del sur europeo han desarrollado una enorme industria con España a la cabeza en cuanto a número anual de visitantes: si en 1960 fueron 6 millones, en el año 1994 se sobrepasaron los 61,4 millones (SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO, 1995). En ese último año, un 88,8% de todo el turismo extranjero tenía origen europeo, y sólo seis paí-

ses del norte de Europa (incluyendo Francia) aportaban el 63,3% del turismo extranjero de nuestro país. Así, Francia con 13,7 millones de turistas (22,3% del total) ocupaba el puesto de cabeza en cuanto a emisiones turísticas, seguido de Alemania con 9,7 millones (15,8%), el Reino Unido (9,2 millones y un 14,9%), Países Bajos (2,3 millones y un 3,7%), Bélgica (2,1 millones y un 3,4%) y Suiza (2 millones y un 3,2%) (SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO, 1995).

Por lo que respecta a Cataluña, de los 61,4 millones de turistas extranjeros que llegaron a España en 1994, esta región recibió 16,2 millones (26,4% del total español) (AGÈNCIA CATALANA DE TECNOLOGÍA TURÍSTICA, 1995). En este caso, también Francia está a la cabeza en cuanto a turismo exterior con 7,4 millones (45,8%), seguida de Alemania con 2,3 millones (14,5%), Países Bajos con casi 0,9 millones (5,4%) y Bélgica con también 0,8 millones (5,2%). En quinta y sexta posición aparecen Italia y el Reino Unido con alrededor de 0,7 millones cada uno, representando el 4,6 y el 4,4% respectivamente del turismo total regional. La importancia del turismo noreuropeo en Cataluña se traduce en que, excluyendo Francia, los turistas procedentes de estos países representan el 35% del turismo total de la región, mientras que con Francia incluida, el porcentaje supone un 79,9% (AGÈNCIA CATALANA DE TECNOLOGÍA TURÍSTICA, 1995). En Cataluña, por tanto, sigue siendo mayoritario el turismo procedente de países del norte de Europa, y pese a la ralentización en su crecimiento detectada desde finales de la década pasada, el número de turistas procedentes de países noreuropeos ha registrado un considerable aumento desde 1993. En concreto, de 1993 a 1994 el crecimiento estuvo encabezado por los turistas británicos con un aumento de un 32,75%, seguido de los turistas de países nórdicos (31,6%), de los holandeses (8,6%), alemanes (7,9%) y belgas (5,1%), lo cual permite hablar de la consolidación de Cataluña como un destino principal para turistas de estas nacionalidades.

Esa tendencia a la recuperación del turismo noreuropeo nos lleva a considerar la fidelidad de ese tipo de turistas al sol y playas catalanas. Un hecho que puede ayudar a entender esa fidelidad, así como también la concentración de determinados grupos de turistas por nacionalidades en determinadas zonas litorales, es la dependencia de ese turismo hacia los touroperadores. En concreto, y sin entrar a juzgar otro tipo de factores, los touroperadores ejercen un efecto muy positivo en el mantenimiento de los negocios turísticos en manos de empresarios extranjeros. Gracias a ellos, los turistas de esos países pueden disponer de unas vacaciones en zo-

nas mediterráneas a unos precios relativamente bajos, por lo que la demanda de los tradicionales enclaves (de turismo inglés, alemán, etc) está bastante asegurada. Por ello, la existencia de un turismo masivo consolidado ofrece numerosas oportunidades para estos inmigrantes noreuropeos, y en especial para el surgimiento y mantenimiento de sus pequeñas empresas.

IV

INMIGRANTES COMUNITARIOS COMO EMPRESARIOS TURÍSTICOS EN CATALUÑA

El principal problema que se plantea a la hora de llevar a cabo un estudio sobre los empresarios turísticos de origen extranjero es la carencia de información estadística, tanto para el conocimiento de su número como de algunas de sus características socioeconómicas, incluida su distribución por sectores en la economía regional. Tal carencia es debida, principalmente, al escaso control que se tiene sobre esta población, a raíz de la libertad para la circulación de personas y prestación de servicios en cualquier país miembro de la actual Unión Europea. Ésa ha sido la principal causa de que estos inmigrantes se conviertan en un grupo estadísticamente inaccesible. Por ejemplo, la falta de datos oficiales impide conocer no sólo el número de estos inmigrantes según el tipo de negocios, sino también evoluciones temporales del número de establecimientos en manos de estos inmigrantes. Tal dificultad, por tanto, ha hecho necesario acceder a otro tipo de fuentes de información, como las Cámaras de Comercio, ayuntamientos o asociaciones de empresarios turísticos. Así, el acceso a los empresarios objeto de nuestro estudio se produjo gracias a los censos de actividades de las Cámaras de Comercio e Industria de la región, pudiendo obtener de ese modo una aproximación a su distribución, tanto geográfica como en las distintas ramas del sector turístico.

Durante 1996 y 1997 se entrevistó en diversos puntos de las costas catalanas a 113 empresarios procedentes de alguno de los antiguos 12 países miembros de la CEE. El objetivo de estas entrevistas era conocer algunas de las características tanto de los empresarios (país de origen, motivaciones para emigrar u ocupaciones profesionales previas), como también de las empresas (fecha de instalación y fuentes de financiación). Dada la diversidad de actividades englobadas en el sector turístico y las muchas otras que tienen relación indirecta con el mismo, bajo la consideración de empresas turísticas se incluyeron las de las ramas de restauración y alojamen-

CUADRO I. Fecha de apertura de los negocios

Fecha de apertura	Número	%
1969 y antes	8	7,1
1970 a 1974	10	8,8
1975 a 1979	8	7,1
1980 a 1984	15	13,3
1985 a 1989	17	15,0
1990 a 1994	33	29,2
1995 y después	22	19,4
TOTAL	113	100,0

Fuente: Entrevistas del autor.

to, animación, negocios inmobiliarios, así como también los propietarios de pequeño comercio. En concreto, se entrevistó a propietarios de negocios de hostelería y restauración (44 restaurantes, 17 bares y 6 cafeterías/heladerías), de locales de diversión (14 pubs-discotecas), hotelaría (5 hoteles y una vivienda de turismo rural), de inmobiliarias y alquiler de apartamentos (2), y de pequeños comercios (7 de la rama de hogar y decoración, 3 de alimentación, 4 de papelería y librería, y otros 10 pertenecientes a otras ramas diversas).

La distribución geográfica de los empresarios entrevistados coincide a grandes rasgos con la distribución de los residentes extranjeros procedentes de otros países comunitarios y ofrecida por el Censo de Población. Así, en la provincia de Gerona están concentrados en municipios costeros el 56% de esos residentes extranjeros, en la de Barcelona el 63,3% y en la de Tarragona el 73,1% (el 64,1% entre las tres provincias) (IEC, 1992). A la vista de esa distribución, para las entrevistas se siguió el mismo patrón, realizándose el 93,8% de ellas en núcleos costeros o a una distancia máxima de 20 kilómetros de la línea de costa. En concreto, dejando fuera del trabajo de campo la parte más septentrional de la Costa Brava, la mayoría de las entrevistas fueron realizadas en los núcleos de población comprendidos entre Palafrugell y Blanes, además de en Tarrasa y Sabadell, Sitges y los principales destinos turísticos de la Costa Dorada (desde Torredembarra a L'Ametlla de Mar).

1. ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO

La primera característica importante obtenida de las entrevistas es la fecha de instalación de la empresa (de la primera de ellas, en el caso de que haya habido otras posteriores debidas a cambios de residencia). Conocer

este dato es importante por tres razones. Primero, porque permite saber si la fecha en que se instala la empresa es la misma que en la que se inmigra a España. En principio, son dos hechos que no tienen porqué coincidir, y así ocurre como veremos. Segundo, porque la fecha del establecimiento del negocio se puede relacionar con el momento de mayor o menor desarrollo turístico en la región, de modo que se puede ver si los años del *boom* de afluencia de turismo noreuropeo son los de mayor o menor apertura de negocios por parte de los inmigrantes de estos países. Tercero, porque la supresión de barreras institucionales entre los países comunitarios puede haber influido en el mayor o menor establecimiento de negocios por parte de inmigrantes procedentes de países comunitarios. Por tanto, conociendo las fechas de puesta en funcionamiento de los negocios, se podrá analizar la influencia de la libre circulación de personas en el espacio europeo en la mayor o menor apertura de negocios.

El abanico de fechas de instalación de estos negocios no es muy amplio (Cuadro I). Casi la mitad fueron creados con posterioridad al año 1990 (48,67%), y casi dos tercios (63,7%) después de 1985. Tan sólo un 23% de los negocios que hoy en día sobreviven se pusieron en funcionamiento antes de 1980, mientras que los anteriores a 1970 son realmente escasos (7,1%). El hecho de que las empresas empiecen a funcionar en esos años no supone que sus propietarios se hayan establecido en el país en la misma fecha. Aunque normalmente el tiempo transcurrido entre el momento en que la persona fija su residencia en nuestro país y la apertura del negocio es escaso (el 51,3% de los empresarios abrieron su negocio nada más establecer su residencia), en otras ocasiones los dos hechos no van asociados. De todos los entrevistados, es significativo que casi un 15% tardaron en poner en marcha su primer negocio seis años o más, mientras que un 8,9%, esperaron entre dos y seis años. El hecho de que casi el 24% de los entonces inmigrantes extranjeros tardaran dos o más años en establecer su negocio apunta a la inseguridad y a la falta de una iniciativa profesional concreta en el momento de fijar su residencia en España, y al hecho de no tener demasiado claro el tipo de actividad económica a la que deseaban dedicarse.

Aunque las cifras apuntan claramente a la relativa modernidad de las empresas, vamos a relacionar las distintas fechas de apertura de los negocios con los años de mayor y menor crecimiento del turismo extranjero en Cataluña. Tal y como SHAW y WILLIAMS (1998) señalan, es en las primeras etapas del desarrollo turístico local

cuando la industria del sector tiende a estar escasamente evolucionada. En esa fase, es normal la falta de preparación y experiencia profesional entre los trabajadores locales en las principales ramas relacionadas con la economía turística (hotelería, hostelería y restauración, alimentación, etc). En consecuencia, es en ese momento en el que se produce la mayor penetración de trabajadores extranjeros para desarrollar iniciativas empresariales en el sector, proveyendo de esa manera práctica conocimientos entre los empresarios locales.

Sin embargo, este comportamiento, detectado en muchos casos, no es aplicable al nuestro. La reciente apertura de estos negocios en Cataluña es el reflejo de que la gran emergencia de estas empresas no se produjo durante las etapas iniciales del desarrollo del turismo masivo en la costa catalana llevada a cabo entre los años sesenta y setenta. O si lo fue, las empresas que han sobrevivido desde esos años son realmente escasas. Al contrario, las cifras muestran que la mayoría de los negocios que hoy sobreviven han sido creados posteriormente al *boom* turístico. En cualquier caso, su creación parece que responde a la existencia de una demanda extranjera, que en numerosas ocasiones constituye la principal clientela. Ello apoya la idea, por tanto, de que más que contribuir a aumentar la demanda extranjera en ramas y tipos de negocios diferentes, lo que este empresario turístico extranjero hace es consolidar la clientela extranjera en los negocios tradicionales como los de hostelería, restauración y entretenimiento (pubs y discotecas). En principio, lo que el análisis de la operatividad temporal de estas empresas sugiere (y antes de considerar las motivaciones de los empresarios para el establecimiento de sus empresas) es que las que comenzaron a funcionar en la década de los años sesenta, más que el resultado de una «colonización extranjera» de empresarios destinados a ocupar esos vacíos laborales mediante la aportación de profesionalidad y experiencia, responden a cuestiones personales, aunque relacionadas, a la vez, con las nuevas oportunidades laborales de satisfacer a los clientes extranjeros que en ese momento comenzaban a llegar masivamente.

No obstante, es difícil explicar exactamente porqué el mayor número de empresas han sido creadas en los últimos diez años. Si la mayoría de ellas hubiera estado en funcionamiento desde la década de los sesenta, hubiera sido también razonable esperar que el número de las sobrevivientes actualmente sería mayor. Por ello, intentando hallar una explicación para esta explosión reciente de empresas, es necesario tener en cuenta otros factores además de los anteriores. Uno de los que más

puede haber influido en la mayor o menor fijación de estas empresas ha sido la supresión de barreras institucionales entre los países de la Unión Europea y la libertad de los ciudadanos de los estados miembros para residir y trabajar en cualquier otro país de la Unión. Sin embargo, la falta de información relativa al establecimiento de negocios por parte de estos ciudadanos comunitarios dificulta ese análisis, aunque siempre se pueden establecer similitudes entre cómo han evolucionado los flujos migratorios de población entre los países europeos (SIMON, 1993) a raíz de la supresión de las citadas restricciones y la mayor o menor creación de negocios turísticos por ciudadanos extranjeros.

Según los datos obtenidos de las entrevistas, el hecho de que sólo el 10,6% de los entrevistados opinen que no tuvieron problemas en la apertura del negocio por el hecho de ser originarios de otro país comunitario, no es realmente muy significativo. No haber tenido problemas por el hecho de pertenecer a otro país miembro de la Unión, no quiere decir que la libertad de movimiento e instalación haya influido en algo a la hora de tomar la decisión de emigrar y establecer posteriormente el negocio. Además, cuando se les preguntó por las motivaciones para establecer su negocio en Cataluña, ningún empresario señaló que la libre circulación de personas entre los Estados miembros y la facilidad para el establecimiento de una empresa hubiera sido decisiva o importante. Ello permite pensar que entre las motivaciones para que la mayoría de las empresas se hayan establecido durante la última década no destacan precisamente las ligadas a la reciente libertad de movimiento y a la facilidad para prestar de servicios en cualquier otro país comunitario.

2. ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS EMPRESARIOS

Una característica importante de este grupo heterogéneo de empresarios es su origen geográfico (Cuadro II). Dentro de la variedad de países a los que pertenecen los empresarios, destaca el predominio de los procedentes de países del norte de Europa (incluyendo Francia, el 79,7%) frente a los procedentes de otros países del sur (sólo representados los italianos, con un 20,3%). La mayoría de los empresarios pertenecen a un reducido número de nacionalidades, con los alemanes a la cabeza (23,1%), seguidos de los italianos (20,3%), los franceses (17,7%) y los británicos (17,7%), mientras que la otra nacionalidad que por el número de sus miembros es también importante es la holandesa, a la que pertenecen

CUADRO II. *Origen de los empresarios*

País de origen	Número	%
Alemania	26	23,1
Bélgica	5	4,4
Dinamarca	1	0,9
Francia	20	17,7
Grecia	0	0,0
Países Bajos	18	15,9
Irlanda	0	0,0
Italia	23	20,3
Luxemburgo	0	0,0
Portugal	0	0,0
Reino Unido	20	17,7
TOTAL	113	100,0

Fuente: Entrevistas del autor.

el 15,9% de los entrevistados. Los belgas y los daneses tienen poca representación, mientras que ningún luxemburgués, portugués, griego o irlandés fue encontrado al frente de ningún negocio.

Resulta interesante comparar la procedencia de los residentes extranjeros que habitan en Cataluña, o en las tres provincias costeras, con la de los empresarios turísticos que han sido entrevistados. Así, el 54,3% de los residentes extranjeros con origen en algún país comunitario (14.991 de los 27.629, en 1994) proceden de algún país del norte de Europa (DIRECCIÓN GENERAL DE MIGRACIONES, 1996). Sin embargo, la proporción de empresarios noreuropeos entre el total de empresarios entrevistados en Cataluña es mucho mayor; el 74% corresponden a Alemania, Francia, Países Bajos y el Reino Unido (excluyendo Francia representan el 56,7%). Estas cifras manifiestan, por tanto, que la atracción para el establecimiento de una empresa turística en zonas del Mediterráneo es mucho mayor entre los ciudadanos de países del norte de Europa que entre los procedentes de otros países europeos.

Por otro lado, si comparamos las nacionalidades más representadas entre los turistas extranjeros en Cataluña con las de los empresarios entrevistados, en líneas generales se aprecian grandes similitudes. Así, los extranjeros europeos con negocios turísticos proceden en su mayoría de países del norte de Europa, al igual que los principales flujos de turismo europeo a la región. El caso de Francia es excepcional, ya que si los turistas franceses en Cataluña son los mayoritarios entre todos los europeos (45,8%), sólo aparecen en un 17,7% de los negocios; en cambio, aunque los alemanes son el segundo grupo más numeroso entre los turistas (14,3%), es el

más representado entre los empresarios (23%). En síntesis, incluyendo a Francia, los turistas noreuropeos representan casi el 79,9% del turismo extranjero en Cataluña, y los negocios en manos de ciudadanos de estos países representan el 79,7%. Estas cifras, por tanto, refuerzan, en parte, la tesis de que un factor que contribuye al mantenimiento de estas empresas en las costas catalanas es la existencia de una demanda turística consolidada y tradicionalmente ligada a los países noreuropeos.

3. MOTIVACIONES PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO

Los escasos trabajos realizados sobre los aspectos sociales y culturales que intervienen en la formación y funcionamiento de las empresas de turismo coinciden en dos características similares. La primera apunta a que las motivaciones para la creación de empresas turísticas son siempre muy diversas, y a la importancia de las razones no económicas por parte de los empresarios para la constitución de las mismas. La segunda, que analizaremos posteriormente, es que la mayoría de los empresarios carecen de experiencias profesionales relevantes o de una formación precisa acorde con los negocios turísticos (SHAW y WILLIAMS, 1997).

El cuadro III recoge las principales razones aportadas por los empresarios entrevistados para poner en funcionamiento su empresa. Aunque el número de razones consideradas es bastante amplio, la mayoría se pueden agrupar en un mismo bloque ya que se refieren a cuestiones similares. Teniendo en cuenta que cada empresario podía dar más de una razón de porqué estableció su negocio en Cataluña, la característica más llamativa es que las cinco más comunes tienen relación con aspectos medioambientales y de tipo personal o familiar. Así, el 64,6% de las respuestas hacen referencia al clima y a la idiosincrasia mediterránea como principales factores de atracción, al previo conocimiento del lugar por haberlo visitado anteriormente en vacaciones (31,9%), o al hecho de tener familia o amigos viviendo ya en la zona (12,4 y 11,5% respectivamente). Las razones de tipo personal son particularmente importantes para los empresarios ya que el 25,6% de ellos señalan que en la localización del negocio influyó que su cónyuge o compañero fuera de origen catalán. Las únicas razones de tipo más «profesional» fueron dadas por el 19,5% de los empresarios, al considerar las posibilidades que el desarrollo del sector turístico les brindaba para establecer un negocio. Finalmente, para el 12,4%

de los entrevistados, la apertura del negocio se debió a la casualidad.

En definitiva, la preferencia residencial por una zona de costa apunta a la gran relación existente entre la creación de estos negocios y el deseo de disfrutar de un determinado escenario físico y de un particular estilo de vida. Al igual que WILLIAMS y otros (1989b) destacaran para la región inglesa de Cornwall, un porcentaje significativo de los entrevistados en Cataluña eligieron la zona después de haberla visitado en vacaciones. En concreto, un 83,2% de ellos había disfrutado previamente de vacaciones en la misma área donde luego establecieron su negocio, y el 75,2% habían visitado exactamente la misma población donde más tarde establecerían el negocio. Por otra parte, la fidelidad de esos futuros empresarios a la misma zona de vacaciones queda reflejada en que el 21,4% de ellos la habían visitado seis o más veces en los cinco años previos a la instalación del negocio. Parece claro, por tanto, que los destinos de vacaciones se convierten en objetivos potenciales de migración en el futuro. Así, al igual que destacan BULLER y HOGGART (1994) para los británicos que trasladan su residencia a zonas rurales francesas, el previo consumo turístico de la zona actúa como factor de localización posterior, constituyendo una importante razón para el futuro cambio de residencia y de trabajo. Mediante este mecanismo, lo que comienza siendo un traslado turístico de carácter temporal, se convierte posteriormente en una migración de carácter definitivo.

Por el contrario, es apreciable la escasa importancia que en la toma de decisiones han tenido los factores de tipo económico o profesional. Ninguna de las razones señaladas por los empresarios apunta a ese tipo de motivaciones, por lo que, al igual que GORDON (1991) ha destacado para otros grupos de inmigrantes en Europa, la adopción de un determinado papel empresarial no puede ser considerada una respuesta a una exclusión social o económica concreta (como por ejemplo una situación previa de desempleo), ni tampoco una vía para mitigar una situación económica desfavorable entre este grupo de inmigrantes extranjeros. Dicho de otra forma, las motivaciones para el establecimiento pueden ser muchas y variadas, por supuesto extraeconómicas. De hecho, las consideraciones sobre la interacción social entre productores y consumidores en la industria del turismo evidencian que el desarrollo de la industria turística no es explicable simplemente por cuestiones o factores económicos (URRY, 1990). En este sentido, Urry considera necesario examinar un conjunto de factores sociales y culturales bajo una perspectiva de evolución

CUADRO III. Razones para establecer el negocio en Cataluña

Razones	Nº	%
Esposo (a) o compañero (a) vino a trabajar	7	6,2
Esposo (a) o compañero (a) es originalmente de esta zona	29	25,6
Esposo (a) o compañero (a) no es de esta zona, pero decidió venir e instalarse	5	4,4
Pensó que sería fácil encontrar un trabajo (gracias al desarrollo turístico)	22	19,5
Facilidad para abrir un negocio	8	7,1
Menores precios y coste de la vida	6	5,3
Clima y carácter de la gente mediterránea	73	64,6
Naturaleza y Paisaje	11	9,7
Había estado antes ya de vacaciones y conocía la zona	42	37,1
Había trabajado previamente en turismo aquí	3	2,6
Tenía ya una vivienda en esta zona	10	8,8
Desagrado de su país de origen	4	3,5
Familia viviendo ya en la zona	14	12,4
Amigos viviendo ya en la zona	13	11,5
Razones políticas	7	6,2
Cercanía de la frontera francesa	9	8,0
Nuevas experiencias o necesidad de cambio	11	9,7
Por casualidad	14	12,4
Otra razón/razones	18	16,0

Fuente: Entrevistas del autor.

continua, ya que transforman continuamente las expectativas tanto de los turistas como de los empresarios, en relación con el significado y los efectos de la provisión de servicios. Así, la economía aplicada al turismo, o la economía turística, no puede ser entendida sin tener en cuenta las expectativas socioculturales que intervienen en la diversidad tan compleja de tales servicios. En relación con esta teoría, la escasa importancia de los factores económicos en la formación de las empresas turísticas conduce a pensar que la existencia de estos negocios, en muchas ocasiones como ésta, responde casi únicamente a esos otros factores sociales y culturales, como son el consumo de una particular cultura, un estilo de vida y un entorno con unas características climáticas determinadas.

4. EXPERIENCIAS PROFESIONALES PREVIAS Y CAPITALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Teniendo en cuenta los estudios realizados sobre la formación de pequeñas empresas en el sector industrial (secundario) en algunos países europeos, una de las características más habituales es que se establezcan empresas en aquellos sectores en los que el empresario tie-

CUADRO IV. Últimos trabajos desempeñados por los empresarios

Último trabajo desempeñado	Nº	%
Propietario o regente de una empresa turística (1)	27	23,9
Propietario o regente de una empresa en el sector terciario (cualquiera, exceptuando las turísticas)	17	15,0
Propietario o regente de una empresa en otro sector económico	3	2,6
Trabajador en una empresa turística (2)	17	15,0
Trabajador en el sector terciario (excluyendo empresas turísticas)	23	20,3
Trabajador en otros sectores	3	2,6
Educación / Investigación / Personal sanitario	2	1,8
Sin trabajo previo / Desempleado	3	2,7
Estudiante	7	6,2
Otro trabajo (en el sector terciario o no)	5	4,4
No sabe / No contesta	6	5,3
TOTAL	113	100,0

(1). Como empresa turística se tienen en cuenta las de hostelería (bares, restaurantes, cafés, pubs, discotecas, etc) y hotelería-alojamiento (hoteles, hostales, pensiones, etc).

(2). La consideración de «trabajador» excluye a los propietarios y arrendatarios.

Fuente: Entrevistas del autor.

ne experiencias profesionales previas (KEEBLE y WEBER, 1986; KEEBLE y otros, 1992). Pero no siempre, ni tampoco en todos los sectores empresariales, el tipo de empresa que se va a establecer tiene relación con la experiencia acumulada previamente por el empresario. En el caso del turismo, los trabajos realizados por WILLIAMS y otros (1989a y 1989b) y SHAW y WILLIAMS (1988) sobre la formación de pequeñas empresas turísticas en algunas zonas inglesas, constituyen una clara evidencia de ello. En el caso de los empresarios de origen noreuropeo con negocios en Cataluña, las conclusiones a este respecto parecen ser las mismas.

Considerando como preparación también la experiencia previa, la mayoría de los empresarios entrevistados cuentan con escasa, o con nula preparación o experiencia profesional para el puesto de empresarios turísticos, lo cual demuestra que no siempre esa preparación y experiencia es relevante para el tipo de empresa que se va a crear. Por ejemplo, sólo un 38,9% de los entrevistados declaran que su último trabajo desempeñado antes de la instalación de la actual empresa se ha llevado a cabo en el sector turístico, bien como propietarios o arrendatarios de un negocio (23,9%), o simplemente como trabajadores (15%) (Cuadro IV). Por el contrario, el 55,7% de los empresarios (el 5,4% restante Ns/NC)

no han tenido en su último trabajo desempeñado ningún tipo de relación con el turismo, ni como propietarios-regentes, ni como trabajadores. Pero aparte de esas cifras, otro dato importante es que sólo el 46,9% han trabajado alguna vez en turismo a lo largo de sus trayectorias profesionales (bien como empresarios o como trabajadores), mientras que el 53,1% restante no lo ha hecho nunca.

Preguntados si habían estado al frente de alguna empresa anteriormente, un 58,3% de los empresarios estuvieron, aunque sólo en el 32,7% de los casos fue una empresa turística (véase la nota 1 del Cuadro IV), mientras que en el 25,6% restante fue en otros sectores de la economía. En definitiva, estas cifras demuestran que la vía o el camino más común para el acceso al empresariado turístico es desde puestos desempeñados como empresarios, o bien como simple trabajadores en el sector (46,9% de los casos). A juzgar por el 53,1% restante, se puede afirmar que esos empresarios acceden a estas empresas sin haber desempeñado nunca ningún empleo en el sector.

Tal y como han mostrado otros estudios sobre empresariado turístico (SHAW y WILLIAMS, 1987), la mayoría de estos pequeños empresarios de turismo en Cataluña cuentan con una escasa preparación profesional. Partiendo de la base de que para el desempeño de este trabajo no se requiere ninguna cualificación ni preparación especial, la falta de preparación formal (empresarial) no parece constituir una restricción importante para establecer una empresa de turismo. Sólo el 8,8% de los empresarios cuentan con algún tipo de cualificación o preparación universitaria, lo cual no quiere decir que sea la requerida o idónea para ser empresario turístico. Sin embargo, la formación académica es sólo una parte de la «educación» empresarial. En este sentido, la mayoría de los empresarios han desarrollado su faceta empresarial desde la práctica y la experiencia adquiridas, bien como empresarios o como empleados de otros negocios anteriores. En definitiva, este bajo nivel de preparación es consecuencia de las escasas barreras existentes para entrar en la industria turística, y en este caso para establecer un pequeño negocio turístico.

Otro de los aspectos que nos indica las condiciones en que operan estas empresas y nos revela alguna característica de los inmigrantes a su frente es el de su capitalización. En principio, el acceso limitado a fuentes de financiación es una de las características comunes en la formación de pequeñas y medianas empresas del sector turístico en todos los países europeos. No siendo así

para las grandes empresas, este hecho constituye un grave problema de cara a la inversión y desarrollo de las mismas (EUROPEAN COMMISSION, 1997). El cuadro V muestra para nuestro caso cómo los ahorros personales constituyen la principal fuente de financiación utilizada por los empresarios entrevistados (para el 64,6%), aunque no de forma exclusiva, sino compartida con otros tipos de financiación. Los empresarios que únicamente dependieron de los ahorros personales para establecer su empresa fueron el 29,2%, mientras que un 35,4% utilizó esta fuente con alguna otra. En segundo lugar, los créditos bancarios fueron la segunda fuente más utilizada (40,7% de los entrevistados) y, por orden de importancia, también la venta de alguna propiedad particular (15,9%).

Este alto porcentaje de empresarios dependientes de ahorros personales como vía de capitalización empresarial nos lleva a una consideración de interés. Según SCHWANINGER (1986), el predominio de esta vía de financiación «informal» y no comercial es característico de un tipo de empresas controladas por personas con una concepción muy limitada de la necesidad de establecer estrategias empresariales o planes de empresa. De alguna manera, ese tipo de financiación condiciona, o es reflejo también, del tipo de inversiones que se llevarán a cabo, en el sentido de que una escasa capitalización limita las inversiones posteriores. Así, pequeñas inversiones como las que estos empresarios llevan a cabo, son perfectamente realizables con sus ahorros personales, procedentes en general de antiguos trabajos en sus países de origen. En definitiva, el uso mayoritario de ahorros particulares tiende a reforzar la idea de la naturaleza casual de estas empresas, así como su escasa estabilidad financiera.

V CONCLUSIONES

Muchas de las migraciones internacionales que se producen actualmente entre los países europeos destacan por producirse más por motivos extraeconómicos que por los estrictamente laborales o relacionados con el trabajo (OECD, 1992). Uno de los nuevos tipos de desplazamiento es el de personas de países del centro y norte de Europa hacia países europeos meridionales. Es el caso de las migraciones internacionales de población retirada (WILLIAMS, KING y WARNES, 1997) u otros tipos de migraciones que, aunque de población económicamente activa, están motivadas fundamentalmente por

CUADRO V. *Financiación de la empresa*

Fuente de financiación	Número	%
Ahorros personales	73	64,6
Préstamo o crédito bancario	46	40,7
Venta de alguna propiedad	18	15,9
Otro préstamo o crédito	8	7,1
Otra forma de financiación	7	6,2
Préstamo familiar	6	5,3

Fuente: Entrevistas del autor.

causas extraeconómicas. En este artículo hemos analizado un tipo concreto de movimientos como es el de los inmigrantes de países comunitarios que se trasladan a las costas de Cataluña para establecer pequeños negocios turísticos. De esta forma, se contribuye al estudio de unos flujos de población a los que se les ha prestado escasa atención dentro de los dedicados a las migraciones internacionales en Europa.

El resultado del análisis de este tipo de inmigrantes económicamente activos en una zona turística nos permite identificar las fuertes limitaciones que ofrecen las teorías sobre migraciones internacionales para explicar este tipo concreto de desplazamientos internacionales dentro de Europa (LARDIÉS, 2000). La aplicación, por tanto, de las principales teorías sobre migraciones internacionales a estos desplazamientos, en su mayor parte motivados por razones no económicas, no ofrece, en principio, resultados del todo satisfactorios para la explicación de las acciones de este tipo de inmigrantes. Detrás del cambio de residencia que conlleva la emigración, en muy pocos casos las razones de tipo laboral o profesional han incitado directamente a la emigración, a pesar de que la mayoría de la población entrevistada es económicamente activa y los inmigrantes están al frente de negocios turísticos. Aunque todos ellos obtienen sus ingresos en Cataluña, en muy pocos inmigrantes se han detectado preferencias de tipo profesional para elegir esta región como destino residencial y localizar en ella un negocio; al contrario, los criterios de localización han estado marcados por motivos como la atracción del entorno, las experiencias vacacionales previas o razones familiares como que el cónyuge-compañero sea originario de la región o del mismo núcleo. De hecho, las entrevistas llevadas a cabo con estos inmigrantes-empresarios han puesto de relevancia que la decisión de establecer un negocio casi siempre es posterior a la de emigrar, por lo que la participación en el sector turístico es, casi siempre, un hecho secundario y

depende, por ser una decisión tomada posteriormente, de la decisión de emigrar y de los condicionantes o razones personales y familiares.

El análisis de las motivaciones muestra cómo el clima, las condiciones ambientales, la tranquilidad, o el estilo de vida, son dominantes en la decisión de emigrar, aunque también las razones familiares y la atracción de los destinos costeros por su desarrollo turístico (Cuadro III); ese último factor, por el contrario, es el único que permite considerar ciertas motivaciones de tipo económico en el traslado, si por motivación económica puede entenderse la posibilidad que ofrece para la instalación de un negocio de este tipo el desarrollo turístico del área y el cierto «ambiente empresarial» que tal desarrollo ofrece. Aparte de que las variables económicas no influyan prácticamente en el futuro lugar de residencia y de localización de la empresa, el bajo nivel de experiencia previa en el sector (Cuadro IV), la falta de preparación en turismo y las limitaciones de estas empresas a fuentes comerciales de capitalización (Cuadro V) son variables que definen el perfil de estos inmigrantes y sus empresas. El análisis de la importancia de la participación familiar en el negocio, la escasa creación de empleo extra-familiar, o algunas otras prácticas relacionadas con el funcionamiento de estas empresas, muestran que las cuestiones económicas generalmente aparecen en un segundo plano, no siendo verdaderamente el «motor» del negocio; más bien, las empresas son la llave para que el empresario pueda seguir disponiendo de una determinada calidad de vida que él mismo se ha marcado, más que una vía o herramienta para la expansión económica del negocio o la generación de nuevo empleo. En consecuencia, más que estar «sometidas» estas empresas a una optimización económica, lo están a unos dictados marcados por el disfrute de unas determinadas condiciones y estilos de vida por parte de sus propietarios-gerentes (LARDIÉS, 1999).

Además de las características anteriores, otras dos convierten a estos inmigrantes en diferentes respecto al resto. La primera es que, a diferencia de los emigrantes que se dirigen de las maltrechas economías de los países del sur europeo a las avanzadas de los del norte durante los años sesenta y setenta (KING, 1997), muchos de estos emigrantes no han mejorado su condición económica tras la migración. De hecho, tal y como declaran en las entrevistas, muchos disponían en sus países de origen de condiciones económicas mejores de las obtenidas tras la apertura del negocio turístico. Pero aunque muchos de estos inmigrantes-empresarios se encuentran en su nueva etapa en una situación econó-

mica peor a la que tenían anteriormente, se hallan compensados por poder disfrutar de un estilo y una forma de vida deseados. Sin embargo, esta pérdida de capacidad económica ligada al hecho migratorio no es motivo suficiente para que este tipo de migraciones pueda ser explicado satisfactoriamente por las teorías migratorias internacionales.

La segunda característica que hace distintos a estos emigrantes es que su «objetivo» geográfico tampoco es el mismo que el del resto que actualmente componen los principales flujos migratorios en Europa. Las características de las zonas costeras catalanas difieren bastante de las urbanas, a donde se dirigen algunos de los flujos migratorios más numerosos de hoy en día como los emigrantes de alta cualificación (movilidad de personal de empresas, investigadores, estudiantes, etc) y contingentes de refugiados (KING, 1997). Por tanto, la importancia de una región costera como lugar de destino de estos emigrantes permite hacer una clara distinción entre estos flujos y los que se dirigen hacia otros destinos fundamentalmente urbanos, en busca de posibilidades laborales. Estas dos características, la primera referida a la situación económica de los emigrantes y la segunda al destino geográfico de los mismos, refuerzan la idea de que las explicaciones que aportan las teorías sobre migraciones internacionales son inadecuadas cuando se trata de aplicarlas a este grupo particular de emigrantes.

No obstante, se pueden encontrar paralelismos y elementos comunes, en muchos aspectos, entre grupos de emigrantes internacionales como los de población retirada y los analizados en este artículo. La importancia de las cuestiones climáticas, de la búsqueda de calidad de vida, diversión y entretenimientos en la zona de destino, aparte de las conexiones familiares como principales motivaciones para el traslado residencial en el caso de las migraciones de población retirada (WILLIAMS, KING y WARNES, 1997), permite establecer enormes paralelismos entre ambos grupos de emigrantes. En ambos casos, las conexiones o relaciones preestablecidas con el lugar de destino, que constituyen una motivación importante en el proceso migratorio, vienen determinadas, bien por las relaciones personales mediante la presencia de algún otro miembro de la familia (en el caso de las migraciones de población retirada generalmente de hijos o nietos), o bien por experiencias vacacionales previas. Sin embargo, estas consideraciones ofrecen sólo una aproximación parcial para la explicación de todos sus aspectos y en toda su complejidad, de los desplazamientos de inmigrantes comunitarios económicamente activos a una zona costera mediterránea.

Al igual que se ha sugerido al estudiar el caso de algunas migraciones internacionales de población retirada, si las acciones relativas a la emigración de los ciudadanos extranjeros a las costas catalanas no son explicadas del todo por los modelos sobre migraciones internacionales, cabe la posibilidad de que sean explicadas como si de una extensión de las migraciones intranacionales se tratara; en tal caso, estas migraciones se asemejarían a las desencadenadas por el fenómeno de la contraurbanización, desde zonas urbanas a rurales, aunque sin rebasar las fronteras nacionales. Eso han sugerido, por ejemplo, BULLER y HOGGART (1994) para explicar los nuevos asentamientos de británicos en zonas rurales francesas. Desde este punto de vista, las migraciones de británicos a Francia tienen muchos elementos en común con las de ciudadanos comunitarios a las costas catalanas. En ambos casos, los emigrantes buscan lugares con baja urbanización y relati-

vamente baratos, tranquilidad y con determinadas condiciones ambientales, por lo que la calidad de vida se convierte en un elemento esencial para decidir el nuevo lugar de residencia. Eso explicaría, en parte, la selección de un lugar mediterráneo como lugar para establecer un negocio de estas características. Sin embargo, aparte de buscar un paisaje costero y un estilo de vida diferente, la contraurbanización es algo más; supone un deseo de alternativa, alejado de formas de vida típicamente urbanas. En este sentido, analizando las motivaciones que empujan al traslado de este tipo de emigrantes, junto con las características de las zonas de recepción, la contraurbanización provee algunas respuestas, aunque no completamente satisfactorias, para explicar algunos aspectos geográficos relacionados con las migraciones de población de países comunitarios hacia destinos mediterráneos para trabajar en el sector turístico.

El autor quiere agradecer a la Dra. Ana Castelló Puig del departamento de Geografía de la Universidad de Zaragoza en la Facultad de Humanidades de Huesca la revisión final de este artículo.

B I B L I O G R A F Í A

AGÈNCIA CATALANA DE TECNOLOGÍA TURÍSTICA (1995): *La Catalunya Turística en números 1995*, Barcelona, Agència Catalana de Tecnologia Turística, Departament de Comerç, Consum i Turisme, Generalitat de Catalunya.

ANTON CLAVÉ, S.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA GÓMEZ, M. J. y VERA REBOLLO, J. F. (1996): «La investigación turística en España: Aportaciones de la geografía», *Estudios Turísticos*, nº 129, págs. 165-208.

BULLER, H. y HOGGART, K. (1994): *International counterurbanization: British migrants in rural France*, Aldershot, Avebury.

DIRECCIÓN GENERAL DE MIGRACIONES (1996): *Anuario de Migraciones, 1995*, Madrid, Dirección General de Migraciones, Ministerio de Asuntos Sociales.

EATON, M. (1995): «British expatriate service provision in Spain's Costa del Sol», *The Service Industries Journal*, vol. 15, nº 2, págs. 251-266.

EUROPEAN COMMISSION (1997): *Yield management in small and medium-sized enterprises in the tourism industry. General report*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.

FIELDING, A. J. (1993): «Mass migration and economic restructuring», en *Mass Migrations in Europe* (KING, R., ed.), London, Belhaven, págs. 7-18.

GIBSON, I. (1992): *Fire in the Blood: The New Spain*, London, Faber.

GORDON, I. (1991): *The impact of economic change on minorities and migrants in Western Europe*, Reading, Discussion Paper nº 2, Department of Geography, University of Reading.

IEC (1992): *Censo de la Población Española, 1991*, Barcelona, Instituto de Estadística de Cataluña.

INE (1994): *Anuario Estadístico de España 1993*, Madrid, Instituto Nacional de Estadística.

- INSEE (1992): *Recensement de la Population de 1990: Nationalités*. INSEE Résultats 21, Paris, Institut National de la Statistique et des Études Économiques.
- JURDAO ARRONES, F. y SÁNCHEZ ELENA, M. (1990): *España, asilo de Europa*, Barcelona, Planeta.
- KEEBLE, D. y WEVER, E. (1986): «Introduction», en *New firms and regional development in Europe* (KEEBLE, D. y WEVER, E.; eds.), Dover, Crom Hell, págs. 1-34.
- KEEBLE, D.; BRYSON, J. y WOOD, P. (1992): «Entrepreneurship and flexibility in business services: the rise of small management consultancy and market research firms in the UK», en *Small enterprise development. Policy and practice in action* (CALEY, K.; CHELL, E.; CHITTENDEN, F. y MASON, C.; eds.), London, Paul Chapman Publishing Ltd, págs. 43-58.
- KING, R. y RYBACZUK, K. (1993): «Southern Europe and the international division of labour: from emigration to immigration», en *The New Geography of European Migrations* (KING, R.; ed.), London, Belhaven, págs. 175-206.
- LARDIÉS, R. (1999): «Migration and tourism entrepreneurship: north-European immigrants in Cataluña and Languedoc», *International Journal of Population Geography*, vol. 5, nº 6, págs. 477-491.
- LARDIÉS, R. (2000): *Migraciones y turismo en zonas del Mediterráneo: Inmigrantes extranjeros de países comunitarios y desarrollo de empresas turísticas en Cataluña y Languedoc*. Tesis Doctoral (Inédita). Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza, 1.051 págs.
- MONFORT MIR, M.; MORANT MORA, A. e IVARS BAIDAL, J. (1996): «Demanda turística», en *Introducción a la Economía del Turismo en España* (PEDREÑO MUÑOZ, A.; dir. y MONFORT MIR, V. M.; coord.), Madrid, Civitas, págs. 69-101.
- NAYLON, J. (1992): «Ascent and Decline in the Spanish Regional System», *Geography*, vol. 77, nº 334, parte 1, January, págs. 46-62.
- OECD (1992): *Trends in International Migration*. SOPEMI, Paris, Organization for Economic Cooperation and Development.
- OECD (1994): *Trends in International Migration*. SOPEMI, Paris, Organization for Economic Cooperation and Development.
- PERRY, R.; DEAN, K. y BROWN, B. (1986): *Counterurbanisation*, Norwich, Geo Books.
- SALT, J. (1996): «Migration pressures on Western Europe», en *Europe's Population in the 1990s* (COLEMAN, D.; ed.), New York, Oxford University Press, págs. 92-126.
- SCHWANINGER, M. (1986): «Strategic business management in tourism», *Tourism Management*, vol. 7, nº 2, págs. 77-85.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1995): *Nota de Coyuntura Turística*, Enero, Madrid, Secretaría General de Turismo, Ministerio de Comercio y Turismo.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. M. (1987): «Firm formation and operating characteristics in the Cornish tourist industry - the case of Looe», *Tourism Management*, vol. 8, nº 4, págs. 344-348.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. M. (1988): «Tourism and employment: reflections on a pilot study of Looe, Cornwall», *Area*, vol. 20, nº 1, págs. 23-34.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. M. (1990): «Tourism, economic development and the role of entrepreneurial activity», en *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (COOPER, C. P.; ed.), vol. 2, Chichester, John Wiley and Sons, págs. 67-81.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. M. (1997): «The private sector: tourism entrepreneurship - a constraint or resource?», en *The rise and fall of British coastal resorts: cultural and economic perspectives* (SHAW, G. y WILLIAMS, A. M.; eds.), London, Pinter, págs. 117-136.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. M. (1998): «Entrepreneurship, small business culture and tourism development», en *The Tourist Industries: A Geographical Analysis* (IOARRIDOS, D. y DEBBAGE, K. C.; eds.), London, Routledge, págs. 337-369.
- SIMON, G. (1993): «Internal migration and mobility», en *The Changing Population of Europe* (NOIN, D. y WOODS, R.; eds.), Oxford, Blackwell, págs. 170-184.
- URRY, J. (1990): *The Tourism Gaze Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage.
- VALERO ESCANDELL, J. R. (1992): *La inmigración extranjera en Alicante*, Alicante, Instituto de Cultura «Juan Gil-Albert».
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R. y otros (1990): *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Newbury Park, Sage.
- WARD, R. (1991): «Economic development and ethnic business», en *Paths of enterprise. The future of the small busi-*

ness (CURRAN, J. y BLACKBURN, R. A.; eds.), London, Routledge, págs. 51-67.

WARD, R. y JENKINS, R. (Eds.) (1985): *Ethnic communities in business: Strategies for economic survival*, Cambridge, Cambridge University Press.

WILLIAMS, A. M.; KING, R. y WARNES, T. (1997): «A place in the sun: international retirement migration from northern to southern Europe», *European Urban and Regional Studies*, vol. 2, nº 4, págs. 115-134.

WILLIAMS, A. M. y SHAW, G. (1988): «Tourism and development: introduction», en *Tourism and Economic Development* (WILLIAMS, A. M. y SHAW, G.; eds.), London, Belhaven, págs. 1-11.

WILLIAMS, A. M.; GREENWOOD, J. y SHAW, G. (1989a): *Tourism in the Isles of Scilly: A study of small firms on small islands*, Exeter, Tourism Research Group, Department of Geography, University of Exeter.

WILLIAMS, A. M.; SHAW, G. y GREENWOOD, J. (1989b): «From tourist to tourism entrepreneur, from consumption to production: evidence from Cornwall, England», *Environment and Planning*, A21, págs. 1.639-1.653.

ZLOTNIK, H. (1992): «Empirical identification of international migration systems», en *International Migration Systems* (KRITZ, M. M.; LIM, L. L. y ZLOTNIK, H.; eds.), Oxford, Clarendon, págs. 19-40.