

ELS CONTACTES DELS EMPRENEDORS IMMIGRANTS D'ANDORRA. UNA APROXIMACIÓ A TRAVÉS DE LES XARXES PERSONALS

Introducció

Si bé hi ha un ampli ventall d'estudis enfocats als emprenedors i als seus negocis i que miren el fenomen empresarial des de diferents òptiques i en diferents contextos, n'hi ha molt pocs que s'hagin dut a terme en contextos de microestat on, de fet, existeixen una sèrie de particularitats que poden ser summament interessants i que caldria tenir en compte. Per tant, la recerca que es presenta en aquest article pretén fer una mirada a les xarxes de contactes dels emprenedors immigrants establerts a Andorra, amb l'objectiu d'observar els efectes que tenen les particularitats dels contextos de microestat, com ara les dimensions del país i el sistema legislatiu, en l'estructura de les xarxes de suport (personal i empresarial) dels emprenedors establerts al país.

Marc teòric

La recerca sobre empenedoria immigrant s'ha abordat, dins de la disciplina socioantropològica, des de diferents perspectives. Totes tenen en compte el context social i cultural dels emprenedors, així com la seva experiència en el país d'acollida. Una d'aquestes perspectives, en la qual es fonamenta aquesta recerca, és la de la «incrustació social» (Guarnizo, 2003), que considera que el context regulador és un element clau a tenir en compte per a l'estudi social relatiu als negocis dels immigrants. Aquesta visió encaixa en molts contextos europeus, on s'assumeix de manera generalitzada, tant en l'àmbit social com en el marc regulador, una diferenciació entre l'«autòcton» i el «foraster» (Arjona i Checa, 2006). Això fa que els emprenedors immigrants es trobin sovint amb la necessitat de superar restriccions socials i legislatives en el moment d'engegar i tirar endavant el seu negoci en el context d'acollida. De fet, en aquest cas, l'autoocupació no representa només una manera de guanyar-se la vida, sinó que és també un tipus de reconeixement i acceptació social.

Les xarxes personals de contactes tenen un paper crucial tant en aquest procés de mobilitat social ascendent com en el moment de la creació i el desenvolupament d'un negoci, atès que no són només l'eina més important a l'hora d'accedir a l'estructura d'oportunitats de negoci i als seus recursos, sinó que també ho són a l'hora d'integrar-se dins del sistema social i regulador de manera adequada (Kloosterman *et al.*, 1999).

Andorra i les seves particularitats com a microestat europeu

Indiscutiblement, i d'acord amb la literatura revisada i especialment des de la perspectiva de la «incrustació social», estar ben connectat a l'estructura d'oportunitats, a les institucions i als grups socials de la comunitat de destí (i també de la comunitat d'origen) pot ser crucial per a l'èxit social i empresarial. En grans contextos, les xarxes de contactes solen ser més disperses i heterogènies (Sahin *et al.*, 2007), de manera que els contactes que permeten l'accés dels emprenedors als recursos seran molt diferents en cada cas, com ho serà el camí per accedir-hi. Això farà també que aquests recursos, informacions i vies d'accés als nínxols del mercat siguin exclusius i donin a cada empenedor el seu factor diferencial respecte als altres.

La qüestió de l'empenedoria immigrant i les seves xarxes de contactes ha estat empíricament defensada en contextos amb estructures d'oportunitats grans i complexes, però no se n'han fet estudis específics en microestats. Els microestats no només representen una àrea geogràfica molt més reduïda, sinó que també tenen estructures legislatives específiques i particularitats en la seva estructura social i demogràfica (Baker, 1992; Baldacchino, 1993; Grydehøj, 2011). En aquest sentit, és interessant posar a prova les diferents teories sobre xarxes en un context com Andorra, ja que les seves característiques geogràfiques i legislatives poden influir significativament en l'estructura de les xarxes personals dels emprenedors.

Autora:

Judith Pampalona

Doctora en Antropologia

Judith Pampalona Tarrés agraeix l'ajut de tercer cicle al Govern d'Andorra, ATC008- AND, cursos acadèmics 2011-2012, 2012-2013 i 2013-2014.

Andorra és un dels set microestats d'Europa. Tots tenen algunes característiques en comú. Per exemple, en molts casos, aquests països tenen un sector financer particularment fort (Baldacchino, 1993; Grydehøj, 2011) i un percentatge d'atur molt baix (taula 1). Probablement, aquesta és la raó per la qual la gran majoria han rebut àmplies onades de migració laboral i treballadors fronterers al llarg de les darreres dècades (Baldacchino, 1993; Eccardt, 2005). Com a conseqüència de tot plegat, els microestats europeus s'han vist amb la necessitat de crear estratègies de desenvolupament fetes a mida del seu cas concret, i probablement aquesta és la raó per la qual aquests països han creat marcs legislatius molt particulars, que poden ser especialment restrictius si els comparem amb els d'altres països més grans. Aquestes restriccions afecten, sovint, el mercat laboral, la immigració, l'accés a la nacionalitat i, com és el cas d'Andorra fins al 2012, els drets econòmics dels habitants no nacionalitzats.

Les hipòtesis d'aquest estudi, doncs, estan enfocades a les implicacions, positives i negatives, que les característiques pròpies dels microestats poden tenir sobre les xarxes de contactes dels emprenedors (immigrants i autòctons) establerts a Andorra.

La primera d'aquestes característiques és la mida de la zona geogràfica i, consegüentment, de la població. L'extensió geogràfica d'Andorra és de 468 km² i la seva població (segons dades del 2016) és de prop de 77.000 habitants,¹ de fet, una alta densitat de població. Aquest últim aspecte ens duu a la hipòtesi que les xarxes de contactes són denses (moltes connexions entre els individus que en formen part), com ho serà també l'estructura d'oportunitats. Podem assumir, doncs, que aquest és un dels aspectes que pot facilitar la integració dels individus immigrants a l'estructura social i d'oportunitats, cosa que contribuirà a un fàcil accés a informació sobre el país i a les característiques del seu mercat laboral i empresarial.

En segon lloc, també les estratègies de desenvolupament d'aquests països són particulars, tant en termes polítics com econòmics. Sovint, aquestes estratègies es tradueixen en lleis, de vegades de caràcter restrictiu, encarades als diferents drets de la comunitat resident no nacionalitzada (immigrants). Bons exemples d'aquestes polítiques serien, d'una banda, el període de residència per adquirir la ciutadania, que en alguns microestats europeus és llarg si el comparem amb altres països (vegeu taula 1), i, d'altra banda, les restriccions, regulades a Andorra abans del 2012, sobre els drets econòmics dels residents no andorrans al Principat.

Taula 1
Informació bàsica disponible dels microestats europeus²

País	Doble nacionalitat	Naturalització (Període residència)	Nre. habitants (2017)	Migrants % (2017)	Atur %	PIB per càpita (\$)
Andorra	NO	20 anys	76.965	54	4 (2012)	41.000 (2013)
Liechtenstein	NO	30 anys	38.244	34	2,3 (2012)	89.400 (2009)
Luxemburg	SÍ	7 anys	594.130	48	7,1 (2014)	92.400 (2014)
Malta	SÍ	5 anys	416.338	4	5,9 (2014)	31.700 (2014)
Mònaco	NO	10 anys	30.645	67	2 (2012)	78.700 (2013)
San Marino	NO	30 anys	33.537	37	7 (2012)	55.000 (2013)
Vaticà	SÍ	Segons funcions	≈800	100	--	--

¹ Dades extretes del web www.worldbank.org (Banc Mundial).

² Fonts de dades: Banc Mundial de dades (Banc Mundial)-www.worldbank.com; CIA World Factbook: www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/; Mairie de Monaco: www.mairie.mc; Principality of Liechtenstein: www.liechtenstein.li/en; Govern d'Andorra: www.govern.ad; Government of Malta: www.gov.mt; City Government of San Marino: <http://www.ci.san-marino.ca.us>; Ministry of Justice of Luxembourg: <http://www.bienvenue.lu>; Vatican State: <http://www.vaticanstate.va>.

La Llei 36/2008 del 18 de desembre d'inversions estrangeres al Principat d'Andorra va ser vàlida fins al 2012, quan entrà en vigor la coneguda com a *lleï d'obertura econòmica* (Llei 10/2012, del 2 de juny, d'inversió estrangera al Principat d'Andorra). Abans del 2012, el període de residència mínim requerit als residents no andorrans per engegar un negoci al Principat era de 20 anys per a individus de qualsevol nacionalitat, excepte espanyols, francesos i portuguesos, que podien fer-ho al cap de 10 anys de residència continuada. En cas de no complir aquest requisit i d'estar disposats a obrir un negoci al país, era necessari un soci majoritari que el complís i, per tant, que tingués drets econòmics, o bé que fos de nacionalitat andorrana. Una altra solució per eludir aquesta restricció, no legalitzada però utilitzada sovint, era obtenir un *prestanoms*.

Sigui com sigui, i en qualsevol de les opcions descrites, l'elusió d'aquestes restriccions als drets econòmics dels immigrants a Andorra requereix una xarxa important de contactes de confiança al país. Això ens porta a la segona hipòtesi d'aquest estudi, enfocada a la composició de les xarxes dels emprenedors. La necessitat de tenir contactes amb drets econòmics al país implica que la xarxa de contactes dels emprenedors amb negocis creats abans del 2012 hauria d'estar formada principalment per contactes establerts al país i, especialment, almenys una part d'aquest contactes haurien de ser nacionalitzats andorrans. Per contra, una tercera hipòtesi en l'estudi és que les xarxes d'aquells emprenedors amb negocis establerts després de l'obertura econòmica (2012) tindrien més contactes fora del país en el moment de la creació de la seva empresa.

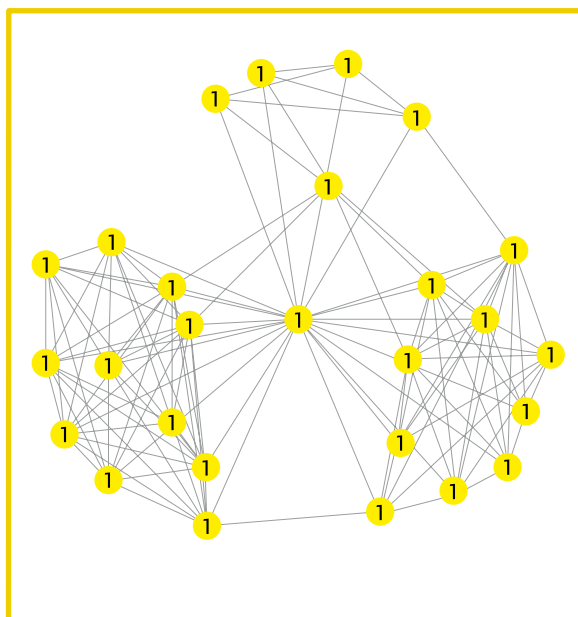
Metodologia

Amb la finalitat de posar a prova les hipòtesis descrites en l'apartat anterior, i per tal d'explorar els mecanismes que expliquen el funcionament de les xarxes de contactes en el context andorrà, en aquest estudi s'ha optat per una metodologia mixta, que combina una part quantitativa, basada en la visualització i l'anàlisi de xarxes personals, amb una part qualitativa, basada en entrevistes semiestructurades.

La primera part de l'entrevista consisteix en la col·lecta de dades bàsiques sobre l'emprenedor i el seu negoci i l'elaboració d'un dibuix (gràfic) de la xarxa de suport de

l'emprenedor entrevistat. Aquesta part s'ha fet a través d'un qüestionari tancat, realitzat amb el software Egonet. Aquest qüestionari ens dona la informació necessària sobre l'estructura i la composició de la xarxa, i quan es conclou tota l'enquesta s'obté un gràfic de xarxa (figura 1), que és el que ens permet fer la segona part de l'entrevista.

Figura 1
Gràfic de xarxa personal



En la segona part es fa una entrevista semiestructurada en la qual l'emprenedor parla de la seva trajectòria personal i com a emprenedor, i es comenten els aspectes principals que ell mateix veu en la seva xarxa personal.

L'estudi pretén ser de tipus exploratori, utilitzant una mostra petita i variada per observar les possibles diferències existents en els patrons de xarxa segons les condicions legals i contextuals en què es troben els diferents perfils d'emprenedors existents al país. Així doncs, es van fer 40 entrevistes a emprenedors establerts a Andorra. S'han tingut en compte diferents perfils, que s'enumeren tot seguit: nascuts a Andorra (10 casos), emprenedors immigrants pre-2012 (21 casos), emprenedors immigrants post-2012 (obertura econòmica) (5 casos) i emprenedors fronterers, no andorrans (4 casos), que van establir el seu negoci després de l'obertura econòmica.

Taula 2
Densitat de les xarxes segons el perfil d'emprenedor

Perfil emprenedor	N casos	Densitat			Desviació estàndard	Coeficient de variació
		Min.	Max.	Mitjana		
Andorrans	10	45%	75%	62%	0,09	14,5%
Immigrants pre-2012	21	30%	83%	58%	0,17	29,3%
Immigrants post-2012 (obertura econòmica)	5	30%	71%	44%	0,16	36,3%
Fronterers	4	22%	80%	50%	0,25	50,0%
Total	40	22%	83%	56%	0,16	28,5%

Resultats

Per tal d'analitzar les característiques estructurals de les xarxes recollides en aquesta recerca, se n'ha calculat la densitat. Entenem per densitat el nombre de connexions que existeixen entre els diferents individus que componen la xarxa de contactes. En altres paraules, la densitat d'una xarxa serà més o menys gran en funció del nombre de persones que es coneixen entre elles, essent així que si la densitat de la xarxa és del 0% significa que cap dels membres que la componen coneix els altres, i si és del 100% significa que tots es coneixen amb tots.

A la taula 2 es mostren les mesures calculades i relatives a la densitat de les xarxes que s'han pogut analitzar per cada perfil d'emprenedor. De cada perfil s'hi representa el mínim, el màxim i la mitjana dels valors de densitat trobats en les diferents xarxes, i també la desviació estàndard i el coeficient de variació de cadascuna de les mesures.

Tal com mostra la taula 2, sembla que hi ha relació entre el període de residència al país i la densitat de les xarxes de contactes dels emprenedors. Aquest període de residència, de fet, està directament relacionat amb les condicions que estableix la legislació en cada moment per poder iniciar una activitat empresarial i, per tant, és observable en cadascun dels perfils d'emprenedor diferenciats.

El grup dels emprenedors andorrans (nats a Andorra) tenen, de mitjana, el grau de densitat més alt (62%) i amb una variabilitat relativament baixa si mirem les diferents xarxes

analitzades (s'observa un rang d'entre 45% i 75%). D'altra banda, els emprenedors immigrants, amb negocis establerts abans de l'obertura econòmica (i que, per tant, estaven subjectes a un període mínim de residència obligatori per poder obtenir el permís de creació del seu negoci), són el segon grup amb les xarxes de suport més denses, amb un 58% de mitjana. Per tant, aquests dos primers grups no presenten patrons de densitats de xarxa gaire diferents. Tanmateix, el coeficient de variació en el cas dels emprenedors immigrants és molt més alt, entre el 30% i el 83%.



Té sentit que, dels tres perfils d'emprenedors no andorrans, el grup amb restriccions legislatives en el moment d'obrir el negoci sigui el que tingui el grau de densitat més alt en les seves xarxes personals, ja que el seu període de residència a Andorra en el moment de crear el negoci ha de ser més llarg que en els casos subjectes al període de l'obertura econòmica. En cas de no esperar que el període de residència requerit es faci efectiu, aquests individus necessiten igualment una xarxa de contactes sòlida a Andorra, que els permeti tenir persones de confiança per poder exercir de socis o prestanoms. Dit d'altra manera, és necessària una integració més ràpida i evident a l'estructura d'oportunitats.

La densitat trobada entre les xarxes dels emprenedors fronterers i els emprenedors subjectes a la nova llei d'obertura econòmica (post-2012) és, també, força alta (M = 50% i 44%, respectivament). Tot i així, és alguns punts més baixa que en els casos descrits prèviament, probablement degut a un període de residència requerit més curt o bé, en el cas dels fronterers, al fet de no residir al país. També s'observa, tanmateix, una alta variabilitat en les mesures dels dos grups. En el cas dels emprenedors fronterers, els valors de densitat oscil·len entre el 22% i el 80% i en el cas dels emprenedors immigrants post-2012, entre el 30% i el 71%.

En el cas dels emprenedors fronterers té força sentit que tinguin xarxes de contactes denses, ja que desenvolupen les seves activitats diàries a un costat i l'altre de la frontera, però en realitat totes dues àrees són molt properes (tant geogràficament com culturalment). Això, per tant, ens dona una mostra de la

regularitat de les relacions que existeixen entre Andorra i les zones frontereres, tant la francesa com l'espanyola.

La densitat observada en les xarxes sembla que és, doncs, un efecte de les reduïdes dimensions del context i, consegüentment, també d'una estructura d'oportunitats accessible però petita i limitada. Tanmateix, per poder donar una explicació a aquestes mesures que ens parlen de l'estructura de la xarxa, cal fer una mirada al contingut d'aquestes xarxes per veure'n la possible dispersió geogràfica. Dit en altres paraules, cal veure si els contactes que componen la xarxa personal dels emprenedors són locals (individus establerts a Andorra, siguin autòctons o d'altres orígens), fronterers (individus establerts fora d'Andorra però que resideixen a les comarques frontereres amb el país) o bé transnacionals (individus que resideixen o estan establerts a més de 50 km de la frontera amb Andorra o bé en altres països del món). La taula 3 mostra, per a cada perfil d'emprenedor, el percentatge de contactes de la seva xarxa en cadascun d'aquests àmbits. Dins dels individus establerts a Andorra, s'han diferenciat diversos col·lectius socials segons l'origen dels seus components, amb la finalitat d'afinar l'anàlisi.

Segons el que mostra la taula 3, els emprenedors immigrants subjectes a la llei d'inversió estrangera d'abans del 2012 i als quals, per tant, es va requerir un temps més llarg de residència a l'hora de crear el seu negoci, tenen la part més important dels seus contactes personals establerta a Andorra. Els grups socials dins del país en què, en general, s'han recolzat aquests emprenedors són els seus compatriotes, però també andorrans.

Taula 3
Composició de les xarxes dels diferents perfils d'emprenedor, segons la procedència dels seus contactes

Perfil emprenedor	Contactes a Andorra			Contactes fronterers	Contactes transnacionals
	Compatriotes	Altres migrants	Andorrans		
Andorrans	-	31%	37%	4%	28%
Immigrants pre-2012	31%	18%	31%	5%	15%
Immigrants post-2012 (obertura econòmica)	17%	6,5%	17%	8,5%	51%
Fronterers	13%	4%	19%	31%	33%

També, però, tenen un percentatge alt d'altres migrants a la xarxa. Sigui com sigui, aquests emprenedors han basat les seves xarxes en el context andorrà i molt probablement hagi estat per poder-hi crear i arrelar el seu negoci d'una manera òptima, segons el que s'ha pogut deduir de les explicacions dels emprenedors en les entrevistes semiestructurades. No gens sorprenentment, aquest patró de xarxa és similar al dels emprenedors andorrans que també basen la major part de la seva xarxa en contactes a Andorra (tant compatriotes, que en aquest cas són andorrans, com individus immigrants) i sembla que és pel mateix motiu que en el cas descrit anteriorment.

El banc no ens va posar les coses gens fàcils... fins i tot havia intentat d'anar a parlar amb un noi que havia estat company de feina de [la seva parella], que hi treballava. Però no ens feien cap cas. Finalment, però, hi havia molts clients que venien al bar a fer el cafè i a un d'ells, amb qui teníem molt bona relació, li vam demanar que ens ajudés. Ho va fer, i finalment ens van donar el crèdit que ens va permetre engegar el nostre negoci. Hem tingut molta sort de la gent que hem anat coneixent aquí!

Informant 1 (immigrant)

Aquí ens coneixem tots amb tots, i això et posa molt fàcil les coses a molts nivells. Però vaja, no tot són flors i violes! Si fas alguna cosa malament també ho pot saber tothom i et pots enfonsar fàcilment... És molt important tenir bones relacions amb els que t'envolten, i més en un lloc com aquest, on et coneix tothom.

Informant 2 (andorrà)

Si comparem els casos anteriors amb aquells emprenedors que han iniciat el seu negoci sota l'obertura econòmica, més enllà del 2012, es veu clarament que les seves xarxes tenen una composició molt més dispersa geogràficament. Si més no, en el moment d'inici del seu negoci, els seus contactes estan establerts fora del país (tot i que, en alguns casos, el temps de residència al país és entre 5 i 8 anys). En el cas dels emprenedors post-2012 residents a Andorra, tenen la meitat dels seus contactes establerts al país d'origen (Espanya i França, majoritàriament). En el cas dels emprenedors fronterers, tot i tenir una part significativa dels contactes en altres països o àrees geogràfiques (33%), una part molt important és en el seu mateix lloc de residència (31%), com és lògic.



Aquesta comparació sembla mostrar una clara influència del context legislatiu, ja que s'observa una diferència significativa entre els casos d'emprenedors que s'inicien sota un paraigua legislatiu que requereix un temps mínim de residència i els casos que creen el seu negoci en un context d'obertura econòmica. Tanmateix, cal remarcar que la proporció d'andorrans i compatriotes residents a Andorra és significativa igualment en tots els casos. Això ens mostra la importància constant de tenir una part de la xarxa de contactes establerta al país, per tal d'aprofitar els recursos del context (recursos materials i logístics, accés a institucions i recursos econòmics, informació legal o administrativa, informació o ajuda per conèixer el mercat i el context, etc.).

Conclusió

El principal objectiu d'aquest estudi era conèixer els efectes del context andorrà (especialment les dimensions del país i el seu marc legislatiu, abans i després de l'obertura econòmica del 2012) en la densitat de les xarxes de contactes dels emprenedors i pel que fa a la procedència dels seus contactes.

En primer lloc, en les xarxes recollides i analitzades de tots els perfils d'emprenedor estudiats s'ha observat un alt índex de densitat, cosa que ens mostra el que ja molts informants ens han fet saber en les seves entrevistes: el fet que l'àrea geogràfica sigui tan petita, que «tothom coneix tothom». Dit d'una altra manera, l'àrea geogràfica reduïda facilita als emprenedors l'accés a un gran nombre de contactes i recursos, ja que és realment fàcil trobar intermediaris. Aquesta facilitat d'accés a recursos, però, no sempre és positiva. Segons Mizuchi i Stearns (2001), les xarxes altament denses no són sempre positives per a un negoci, ja que la informació circula de manera redundant entre els mateixos membres d'un grup.

L'índex de densitat més baix s'ha observat entre les xarxes dels nous emprenedors immigrants, els que han iniciat el seu negoci sota la implementació de l'obertura econòmica, i, per tant, sembla que el canvi legislatiu ha tingut una certa influència en la densitat de les xarxes. Això ens duu a pensar que la densitat és un efecte directe de les petites dimensions del país, però indirecte de les condicions legislatives existents en el context andorrà abans del 2012.

D'altra banda, és evident que hi ha una clara influència de l'obertura econòmica en el fet que les xarxes dels emprenedors es diversifiquin més enllà de la frontera. L'estudi mostra que les xarxes estudiades dels emprenedors de l'obertura econòmica tenen més contactes fora del país. Això corrobora la nostra tercera hipòtesi. Tanmateix, s'ha observat la importància de tenir contactes dins del país (compatriotes i andorrans, principalment) en tots els perfils d'emprenedors. Aquest fet ens refuta, en certa manera, la segona de les hipòtesis formulades, que defensava la importància dels contactes establerts al país especialment en els casos en què els emprenedors havien topat amb les restriccions dels seus drets econòmics.

BIBLIOGRAFIA

- ARJONA, Á.; CHECA, J. C. (2006). «Empresariado extracomunitario en Almería: estructuras de oportunidad, características de grupo y estrategias étnicas». *Reis*, 115, p. 297-317.
- BAKER, R. (1992). «Scale and Administrative Performance: the Governance of Small States and Microstates». A: R. BAKER (ed.). *Public Administration in Small and Island States*, p. 5-25. West Hartford, CT.: Kumarian Press.
- BALDACCHINO, G. (1993). «Bursting the Bubble: The Pseudo-Development Strategies of Microstates». *Development & Change*, 24(1), p. 29-51.
- ECCARDT, T. (2005). *Secrets of the Seven Smallest States of Europe: Andorra, Liechtenstein, Luxembourg, Malta, Monaco, San Marino, and Vatican City*. Nova York: Hippocrene Books.
- GRØYDEHØJ, A. (2011). «Making the Most of Smallness: Economic Policy in Microstates and Sub-national Island Jurisdictions». *Space and Polity*, 15(3), p. 183-196. doi:10.1080/13562576.2011.692578
- GUARNIZO, L. E. (2003). «The Economics of Transnational Living». *International Migration Review*, 37(3), p. 666-699.
- KLOOSTERMAN, R.; VAN DER LEUN, J.; RATH, J. (1999). «Mixed Embeddedness: (In)Formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands». *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), p. 252-266.
- KREBS, V.; HOLLEY, J. (2002). «Building Sustainable Communities through Network Building». *Appalachian Center for Economic Networks*, <www.orgnet.com/BuildingNetworks.pdf> [Consulta 11 abril 2014].
- MIZRUCHI, M.; STEARNS, L.B. (2001). «Getting deals done: The Use of Social Networks in Bank Decision-Making». *American Sociological Review*, 66 (5), p. 647- 671.
- SAHIN, M.; NIJKAMP, P.; BAYCAN-LEVENT, T. (2007). «Migrant Entrepreneurship from the Perspective of Cultural Diversity». A: DANA, L.-P. *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management*. Northampton: Edward Elgar Publishing Lt.