

El comercio étnico resiste la crisis

El número de establecimientos abiertos en el último año en Castellón duplica a los que han cerrado

19/08/2008 - Autor: P. Tercero - Fuente: Las Provincias

Castellón es una ciudad multicultural con un padrón de habitantes en el que conviven ciudadanos de más de un centenar de nacionalidades distintas. Una diversidad que se ha traducido en los últimos años en la aparición de un comercio con estilo propio. No en vano, la capital de La Plana cuenta en estos momentos con más de 300 comercios regentados por extranjeros, entre los que predominan los negocios chinos (un 42% del total) seguidos de los populares y conocidos kebabs.

La misma crisis económica que ahoga al comercio tradicional -el centro histórico de Castellón ha visto como las tiendas de toda la vida dejan paso a las franquicias o los locales pertenecientes a una cadena- parece que no pasa una factura tan elevada a los establecimientos regentados por extranjeros.

Un estudio de la Universitat Jaume I de Castellón (UJI) constata que en un año (entre el verano de 2007 y este de 2008) han abierto dos nuevos comercios étnicos por cada establecimiento que ha cerrado. Así, y según los datos provisionales del informe, Castellón ha visto cómo en los últimos doce meses han cerrado 28 negocios mientras que han abierto 63 en el mismo período.

Los kebabs, locutorios y bazares chinos están a la cabeza de esta regeneración comercial en plena crisis económica. Joaquín Azagra, profesor de Análisis Económico de la Universitat de València, ex conseller, ex gobernador civil de Castellón y autor de numerosos libros sobre la evolución económica, política y social de la Comunitat Valenciana, considera que "los inmigrantes van a resistir mejor la crisis por su sensibilidad laboral y movilidad".

Azagra, que hizo estas declaraciones durante su intervención en el curso de verano *La izquierda*, hoy organizado por la Universitat Jaume I el pasado mes de julio, abundó en que la población extranjera "está dispuesta a trabajar más horas y no tienen tanto apego al lugar donde viven, por lo que les resulta menos traumático cambiar de ciudad de residencia".

Un caso que encaja con el perfil descrito por el profesor de la Universitat de València es el de Kamel, un argelino que llegó a España hace 16 años y que hace ocho cambió el camión que conducía por la regencia de una tienda de ultramarinos tras perder su empleo de camionero en la empresa castellonense para la que trabajaba.

*También son cada vez más
habituales las carnicerías halal, en
las que se vende carne sacrificada*

al estilo islámico para cumplir con sus preceptos religiosos. La ubicada en la calle Alonso de Arrufat es un ejemplo de multiculturalidad.

Ahora, su comercio ubicado en la calle Herrero es una tienda de barrio más, con una clientela variada -también acuden a comprar castellonenses de la zona- y caracterizada por un trato cercano, personal y directo.

También son cada vez más habituales las carnicerías halal, en las que se vende carne sacrificada al estilo islámico para cumplir con sus preceptos religiosos. La ubicada en la calle Alonso de Arrufat es un ejemplo de multiculturalidad. Hakim y Mustafá, como así se llama la tienda, tienen en el cartel de su comercio las banderas de varios países y anuncian la venta de productos latinos y árabes. Además, no dudan en atender con un "mamita" a una de sus clientas habituales, una expresión típica latinoamericana.

El tirón comercial que supone la presencia de algo más de 38.000 extranjeros en la capital de La Plana -en la provincia ya hay más de 100.000- no es exclusivo de estos comercios. Algunos hipermercados han habilitado zonas de venta con productos típicos de Rumanía, Marruecos o Latinoamérica.

Algunos de los negocios a cuyo frente están personas llegadas a Castellón en busca de una oportunidad van más allá de la función comercial y se han convertido en centros de intercambio de información, especialmente los locutorios. No es nada extraño encontrar carteles con ofertas de trabajo, anuncios para vender diferentes productos, información de los horarios de distintos medios de transporte e, incluso, obituarios.

Otros presumen de sus raíces, con carteles donde pueden leerse mensajes como "producto orgullosamente colombiano" o con homenajes a la tierra que les vio nacer, como la Fonda Valluna, nombre de un restaurante que hace referencia a una región de Colombia.

Aunque en los últimos años ha crecido la variedad comercial -hay restaurantes, locutorios, peluquerías, tiendas de fotografía, ultramarinos, etcétera-, los bazares chinos siguen encabezando el ranking de comercios propiedad de extranjeros, representando un 20% del total de establecimientos foráneos.

En cuanto al emplazamiento espacial en la ciudad, los locutorios y Kebabs tienden a concentrarse en el centro urbano mientras que el resto tienden a la ubicuidad, es decir, tienen presencia en todos los distritos de la ciudad, especialmente los bazares y restaurantes chinos. Otra característica propia son los horarios, con jornadas de 12 horas diarias.