

REVILATIZANDO

MAIN STREET

Cómo los pequeños negocios de inmigrantes impulsan el crecimiento económico local

Este reporte fue elaborado por
David Dyssegaard Kallick,
Senior Fellow and Director of
the Immigration Research
Initiative, Fiscal Policy Institute.



RESUMEN EJECUTIVO

En la última década varios estudios han mostrado que, en comparación con las personas nacidas en los EE.UU., los inmigrantes son más propensos a ser empresarios. Sin embargo, se ha prestado menos atención al hecho de que los inmigrantes están teniendo un impacto aún más significativo en lo que en este reporte se denominan negocios “Main Street”: las tiendas y los negocios que forman los cimientos de vecindarios a lo largo y ancho del país.

El rol de los inmigrantes en el sector de negocios “Main Street” es impactante. A nivel nacional, los inmigrantes conforman el 16 por ciento de la fuerza laboral y el 18 por ciento de los empresarios. Sin embargo, esta población constituye el 28 por ciento de los empresarios establecidos en el sector de negocios “Main Street”. Y, en ciertos subsectores, los inmigrantes alcanzan niveles de representación aún más altos. Cifras del año 2013 —el último año para el cual hay datos actualizados— muestran que en los EE.UU. los inmigrantes conforman el 61 por ciento de todos los propietarios de gasolineras, el 58 por ciento de los propietarios de tintorerías, el 53 por ciento de propietarios de tiendas de abarrotes, el 45 por ciento de los propietarios de salones de manicura, el 43 por ciento de los propietarios de licorerías, el 38 por ciento de restauranteros y el 32 por ciento de tanto joyeros como propietarios de tiendas de ropa.

Asimismo, los inmigrantes constituyen una proporción aún más elevada de los propietarios de negocios “Main Street” en las áreas metropolitanas con grandes poblaciones de migrantes. Conforman el 64 por ciento de los propietarios de negocios “Main Street” en la zona metropolitana de Los Ángeles, el 61 por ciento en la zona metropolitana de San José, el 56 por ciento en la zona metropolitana de Washington, D.C. y el 54 por ciento en la zona metropolitana de Miami.

Los negocios “Main Street” aportan directamente a sus economías locales, pero

además apalancan esas contribuciones al jugar un papel medular en la revitalización de su entorno urbano, haciendo de éste una zona atractiva para vivir y trabajar. Por ejemplo, un restaurante abre en una zona en donde previamente había negocios cerrados y al principio sólo atiende una clientela local, pero paulatinamente empieza a atraer a clientes de toda la ciudad. Su inauguración es seguida por la llegada de una tienda de abarrotes, algunas tiendas de ropa y quizá una peluquería o un salón de belleza. Calles más transitadas son calles más seguras

**[LOS
INMIGRANTES]
CONSTITUYE[N]
EL 28 POR
CIENTO DE LOS
EMPRESARIOS
ESTABLECIDOS
EN EL SECTOR
DE NEGOCIOS
“MAIN STREET”.**

y en poco tiempo la zona se vuelve más deseable como un lugar para vivir. Lo que antes era un área en deterioro se vuelve una comunidad más dinámica, social y económicamente. A su vez, esto implica una base impositiva más amplia, más consumo local y más empleos.

Las cifras incluidas en este reporte cobijan a todos los inmigrantes, tanto indocumentados como refugiados y portadores de visas para trabajadores calificados. Existen distinciones importantes entre estos grupos de inmigrantes, pero en todos ellos hay empresarios.

Las contribuciones de los inmigrantes y, en particular, de los inmigrantes propietarios de negocios “Main Street” a la revitalización de vecindarios urbanos y al desarrollo económico local, será de interés especial para aquellas ciudades que experimentaron descensos poblacionales en los años 50, 60 y 70, y que ahora desean impulsar un repunte demográfico. Se trata de ciudades como Baltimore, San Louis, Detroit, Pittsburgh y Chicago. A lo largo de las últimas décadas, el influjo de inmigrantes ha proporcionado un empuje poblacional a ciudades que han visto caídas demográficas. Entre las 50 ciudades más pobladas en los años 70, todas aquellas que han experimentado bajos niveles de inmigración han visto pérdidas absolutas con relación a sus picos poblacionales de mediados del siglo anterior.

Fomentar un clima de receptividad y una infraestructura de apoyo para las comunidades de inmigrantes es una estrategia inteligente para ciudades y estados. Y enfocarse especialmente en los inmigrantes propietarios de negocios “Main Street” puede ser una parte muy importante de esa estrategia, pues fomenta el crecimiento al nivel de vecindarios y a menudo ayuda también a los empresarios nativos de los EE.UU.

Estudios de caso basados en tres áreas metropolitanas que han experimentado crecimiento o repunte poblacional, nos proveen importantes lecciones sobre las mejores estrategias para promover el aumento en los negocios “Main Street” de propiedad de inmigrantes, y de paso ayudar a la revitalización económica que esto puede detonar.

En Filadelfia, el gobierno municipal y organizaciones no gubernamentales se han enfocado en apoyar la integración de negocios de inmigrantes a los corredores comerciales de la ciudad. De esta manera fomentan la revitalización de estos corredores y apaciguan las tensiones entre los inmigrantes y las comunidades más establecidas.

En Minneapolis–St. Paul un grupo de organizaciones sin fines de lucro, con el

apoyo de un programa federal de créditos fiscales, fundaciones y corporaciones, desarrolló una serie de pequeños mercados que funcionan tanto como incubadoras de nuevos negocios, como impulsoras de proyectos de desarrollo local.

En Nashville se fraguó una amplia coalición de líderes de la iniciativa privada, el sector sindical, la sociedad civil y el sector público para oponerse a una iniciativa de referéndum que se consideraba como anti-inmigrante. Este proceso estableció una serie de relaciones que han contribuido a un clima positivo en torno a la integración de los inmigrantes en aquella ciudad.

Y, en todas estas zonas, encontramos innovaciones en áreas como la financiación de pequeñas empresas, la provisión de servicios y cursos empresariales culturalmente competentes, y la relación de pequeñas empresas con las agencias municipales.

Los inmigrantes no son ingredientes mágicos para una estrategia de desarrollo económico, pero sí representan un recurso para las ciudades donde se asientan. Desaprovechar ese recurso es una pérdida para la economía local. Encontrar formas de maximizar el potencial de los inmigrantes propietarios de negocios “Main Street” y, al mismo tiempo, crear un clima positivo para empresarios nacidos en EE.UU. debería ser un proyecto importante para aquellas ciudades que buscan apalancar las contribuciones de sus inmigrantes.

Algunas de las recomendaciones de nuestro estudio son:

- Crear una oficina gubernamental que gestione la integración de inmigrantes.
- Ofrecer servicios y capacitaciones empresariales que sean culturalmente competentes.
- Asegurar que estos programas sean accesibles a todos.
- Fomentar líneas de financiamiento innovadoras y basadas en la comunidad.
- Fortalecer las incubadoras de empresas, en particular las cocinas comerciales.
- Mejorar (y esclarecer) los trámites de concesión e inspección.