

ÍNDICE

Agradecimientos	4
1. INTRODUCCIÓN	7
2. ÁFRICA SUBSAHARIANA, CABO VERDE Y LA PRESENCIA DE COMERCIANTES CHINOS	11
2.1. Breve historia de la emigración china hacia África	11
2.2. Cabo Verde y la nueva migración empresarial.....	14
2.3. Las tiendas chinas y su organización social	16
2.4. La saturación del mercado y sus consecuencias	20
2.5. Beneficios y consecuencias de la <i>nueva migración empresarial</i>	25
3. CONSIDERACIONES.....	29
3.1. El trabajo de campo y apuntes metodológicos	29
3.2. Aproximación a Tarrafal y Tchon Bon	33
4. LA REPRESENTACIÓN DE LOS COMERCIANTES CHINOS EN EL DISCURSO DE LOS TARRAFALENSES.....	35
4.1. Los <i>chinos</i> según distintos hombres y mujeres de la ciudad	35
4.1.1. Los chinos son “ <i>fechados</i> ” (cerrados) y comen sapos	35
4.1.2. “ <i>los chinos están conquistando toda África</i> ”	38
4.1.3. “ <i>Un producto que cuesta 1300 escudos los chinos lo venden por 1000</i> ”	40
4.1.4. Los <i>chinos</i> “ <i>se asocian</i> ” entre ellos para comprar en grandes cantidades	41
4.1.5. Los <i>chinos</i> reciben ayuda de su país y cuentan con privilegios en Cabo Verde .	41
4.1.6. Los chinos son “ <i>spertus</i> ” (astutos)	42
4.1.7. Los <i>chinos</i> importan productos de muy baja calidad.....	45
4.2. “ <i>Vida di comerciante sta fastidiada pá</i> ”	47
4.2.1. Antes no había mucha “ <i>concorrência</i> ” (competencia)	47
4.2.2. “ <i>concorrência</i> ” y poder de compra “ <i>fraku</i> ” (débil)	49
4.2.3. Impuestos altos, luz cara: dificultades debido a factores locales	53

4.2.4.	Los comerciantes caboverdianos están “ <i>desorganizados</i> ”	56
4.2.5.	Los <i>chinos</i> cuentan con ayuda para el alquiler de sus casas, con fácil acceso al país y con excepciones en el pago de impuestos.....	58
4.2.6.	Los <i>chinos</i> captan el gusto y la moda local, evaden impuestos, manipulan los productos.....	59
4.2.7.	Los productos chinos son “ <i>falsos</i> ”, “ <i>basura</i> ”, “ <i>frakus</i> ” (de mala calidad)	62
4.3.	La opinión de varios trabajadores públicos, un arrendador y dos trabajadores de <i>lojas chinas</i>	65
4.3.1.	La presencia de los comerciantes chinos es positivo para Tarrafal	65
4.3.2.	Los chinos son “ <i>personas simpáticas, ‘dretu’ (correctas), muy responsables...</i> ”	71
4.3.3.	Los <i>chinos</i> pagan muy poco.....	74
5.	EL COMERCIO CHINO DE VENTA DE ALIMENTOS Y PRODUCTOS IMPORTADOS DE CHINA	77
5.1.	Mini mercado Boa Copra.....	77
5.2.	“ <i>Chobo, o Chinês com Cabo Verde no coração</i> ”	84
5.3.	Los caboverdianos son “ <i>desorganizados</i> ” e “ <i>irresponsables</i> ”	86
5.4.	El problema de los robos y la ineficacia policial.....	87
6.	CONCLUSIONES	90
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	108

Agradecimientos

Sin ella todas mis aventuras intelectuales no habrían sido posibles. A mi madre, por su apoyo incondicional y cuidado durante los últimos meses de arduo proceso de escritura. También, a mi padre, a quien tanto echo de menos, y a mi hermana, a mi prima Ana María y a mi tía Marina.

Al profesor Alberto López Bargados. Por abrirme las puertas de su despacho y querer dirigir este trabajo, por animarme a investigar en Cabo Verde y ponerme en contacto con los mejores, por su soporte a través de las distintas tutorías y revisiones, y por su paciencia ante mi lentitud escribiendo. Al profesor Manuel Delgado, quien una tarde primaveral del año pasado me ayudo a tomar la decisión de embarcarme en este viaje, y por sus aportaciones para el trabajo. Al profesor Gerard Horta, por ayudarme a comprender muchas cosas sobre la Isla de Santiago, por ser un referente.

A todos mis amigos. En especial a Kenneth Ledagard por sus revisiones y comentarios tan esenciales para todo lo que aquí está escrito, pero también por ser tan maravillosa persona. A Marco, Stefania, Alberto, Sergi, Patricia, Cristina.... y a todos aquellos que ahora mismo no recuerdo con los que he pasado momentos felices.

Por su compañerismo, por su soporte, por sus ideas y críticas que ayudan, a mis amigos de máster Marta López, Alejandra, Laura, Luis, Maite..., y en especial a Marta Milena, conversar con ella siempre es reconfortante; a Katalina, por su gran compañía en los momentos de descanso y de trabajo en la biblioteca; y, finalmente, a Rosa, también por las horas que hemos pasado juntos en la universidad, pero sobre todo, por su gran estima.

¡Ay, Cabo Verde!

Mis agradecimientos a todos los caboverdianos y caboverdianas que han hecho de esta experiencia algo inolvidable. La isla de Santiago es un lugar de retorno, partí deseando intensamente el regreso.

En concreto, mi máxima gratitud a Amaro Rodrigues, amigo de antropólogos, gran hombre. Día a día me acompañó durante el trabajo de campo etnográfico, en la integración en la vida social de Tarrafal, en compartir buenos momentos con su familia: Dina, Malissa, Deyna, Indira, Chico, Jó, Neusa, Fatuca..., así como con sus amigos, y que ahora también son los míos, en especial Rómulo.

Por su predisposición a responder mis preguntas, mis agradecimientos a los comerciantes Carlos, Mafalda, Isaac, Juddy, Tàtà, Alejandro, Tin, Antonio, Djana, Antonieta, Geovani, Erminia y Emilio. A los trabajadores de la Câmara Municipal José Soares, Rosa y *Adelberto*; al chefe da Repartição de finanças Antonio Fernandes; y al profesor Jorge.

A Amancio Varela, por recibirme cuando llegué, estar pendiente de mí y del desarrollo del trabajo. Al profesor Nardi Sousa, por sus comentarios y sugerencias en base al tema de investigación. A Humberto, por sus contactos en Assomada, por atenderme y ofrecerme cobijo en su casa.

Por los buenos momentos a su lado y colaboración en esta investigación. A Nene, Sandra, Duca, Zé, Tchuca, Tisuca, Dilma, Vi, Chica, Sofia, Rosinha... y a todos aquellos que ahora no recuerdo pero que también estuvieron presentes durante mi estancia en el país.

Ai, Kabo Verdi!

N` ta agradeçi a tudu Kaboverdianos e Kaboverdianas que faze di quel expienciã li un cuza inesquecível. Ilha de Santiago é un lugar quin tem ki volta, un volta pa nha terrea mas n ta deseja intensamente volta pa la.

Nha máximo agradecimento a Amaro Rodrigues, um amigo di antropólogos, el é grandi Homi. Dia a dia é acompanhan durante tudu nha trabadju di campo etnográfico, na itegraçon e na vida social di Tarrafal, n comparti grandi momentos ku se família: Dina, Malissa, Deyna, Indira, Chico, Jó, Neusa, Fatuca ...mas també cu ses amigos ki goci es é nhas amigos també, en especial Rómulo.

Pa ses pre disposison na rispondi nhas perguntas nhas agradecimentos aos comerciantes Carlos, Mafalda, Isaac, Juddy, Tata, Alejandro, Tim, Antonio, Djana, Geovana, Erminia. Akes trabadjadoris di Camara Municipal José Soares, Rosa e Adelberto; a chefi di ripartiçon di Finanças Antonio Fernandes; a professor Jorge,

Amancio Varela el ki reciben kanto kin tchiga Tarrafal, é cienti na desenvolvimento di Tarrafal. A Professor Nardi di Sousa pa ses comentários e sugestons ku base na tema di investigaçon . A Humberto, pa ses contactos na assomada pa atendimento ki el dan e acochego na se casa,

pa tudu kes bom mumentos na se lado e Investigaçon. A Nene, Sandra, Duca, Zé, Tchuca, Tisuca, Dilma, Vi, Chica, Sofia, Rosinha e Tudu kes otu ki por mimento djan skesi ses Nomi nhas mas profundo agradecimento.

En Cabo Verde también quise ser uno más entre ellos y en gran medida lo conseguí. Mis más sinceros agradecimientos a los comerciantes y trabajadores chinos, en especial a Juan, Shao, Tao, Liu Fang Mi, Liu Shin, Shuang y Cong. También a Chobo y a sus dos hijas, a Zeng Zhiming y a Lin Xiao Ying.

十分感谢在佛得角的中国商人以及工作者，尤其是 Juan, Shao, Tao, Liu Fang Mi, Liu Shin, Shuang 和 Cong, 也十分感谢 Zeng Zhiming, Lin Xiao Ying, Chobo 以及他的两个女儿。(请见谅我只记录了他们名字的拼音)。是他们让我能如愿地成为他们中的一员，很好地融入了当地的生活。在此，我想向他们表达我最诚挚的谢意！

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se aborda, por un lado, la representación de los comerciantes chinos en el discurso de mujeres y hombres de distinta condición y edad de la ciudad de Tarrafal, en el extremo noreste de la isla de Santiago de Cabo Verde (Figura 1 y 2) y, por el otro, el comercio minorista chino dedicado tanto a la venta de productos alimenticios como de productos chinos.

Para alcanzar este objetivo ha sido precisa la realización de un pequeño repaso histórico de las distintas fases de la emigración china hacia África (Alden, 2007; Chang, 1968; Ma Mung, 2008; Mohan y Tan-Mullins, 2009), pues de esta manera situamos a los migrantes que, provenientes de todas partes de China, han establecido sus propios negocios –entre los principales, los dedicados a la venta al por menor o al por mayor de productos chinos. Igualmente se han tenido presentes algunas estimaciones sobre el número de residentes chinos en el continente, así como por distintos países del mismo (Alden, 2007; Bredeloup y Bertoncello, 2006; Ma Mung, 2008; Park, 2009).

En el caso de Cabo Verde, nos centramos brevemente en la historia de su presencia en el país (Haugen y Carling, 2005; Bredeloup y Bertoncello, 2006), esto es, desde mucho antes de que abriera la primera *loja china* (tienda china) hasta el momento actual de mayor predominio de este tipo de negocio. Después, consideramos algunas ventajas con las que cuentan estos migrantes para acceder a muchos de los distintos países africanos, tales como las facilidades de obtención de visado y de entrada múltiple o de permisos de residencia (Haugen y Carling, 2005, Haugen, 2011).

Los estudios sobre los empresarios chinos en África subsahariana sobre los que se apoya este trabajo, también son la base mediante la cual tomamos en cuenta los estereotipos culturales y prejuicios de los tarrafalenses sobre los chinos recogidos durante la realización del trabajo de campo etnográfico –estereotipos y prejuicios que también son muy extendidos dentro de la población occidental en general: entre ellos encontramos, por ejemplo, que son personas que no se integran dentro de la sociedad, que tienen costumbres y prácticas culinarias repulsivas, o que se trata de invasores.

Por otra parte, se especifican las características de la economía que promovieron el interés de los comerciantes chinos en Cabo Verde, tales como la estabilidad política, la seguridad y la existencia de precios altos de los productos (Haugen y Carling, 2005), así como el factor que posibilitó su establecimiento (Fikes, 2010), la liberalización del mercado, y sus consecuencias: según distintos actores y comerciantes tarrafalenses, la férrea competencia debido a los precios que ofertan estos nuevos agente económicos, o la escasez de dinero debido a que no lo redistribuyen. Asimismo, se toman en cuenta otro tipo de dificultades a las que los comerciantes locales valoran que han de hacer frente, como pagar altos impuestos.

Desde la aportación teórica también atendemos al problema de la saturación del mercado de productos chinos, sus consecuencias y las soluciones por las que los comerciantes chinos han optado (Haugen y Carling, 2005). De igual modo, esta situación comporta poner énfasis tanto en los ejemplos de los análisis sobre la cooperación entre estos migrantes (Gadzala 2009, 2010), así como en aquellos que destacan lo contrario, es decir, la falta de comportamiento cooperativo (Bourdarias, 2009; Dobler, 2005, 2009; Laribee, 2008). Ello permite hacernos idea de las posibles relaciones sociales y de negocios entre estos comerciantes, y de cuestionar la explicación de que, y a comparación de los comerciantes locales, se asocian como estrategia competitiva.

Otros comentarios que circulan en algunos países africanos así como en Cabo Verde (Haugen y Carling, 2005; Haugen, 2011; Mohan y Tan-Mullins, 2009) son: el rumor de que los comerciantes chinos cuentan con la ventaja de que su inmigración es respaldada por el gobierno de su país; que cuentan con la ventaja de fácil acceso a Cabo Verde ante la relación que el país mantiene con la República Popular; y, debido a este mismo supuesto, el rumor de que cuentan con la ventaja de tener reducciones y exenciones en el pago de impuestos.

Igualmente se analizan los comentarios en torno a la astucia de los comerciantes chinos. Se trata de estereotipos y prejuicios de que éstos captan el gusto y la moda local para reproducirla; que mantienen controlado el mercado calculando, por ejemplo, las mejores fechas de venta para según qué productos; que prevalece el

objetivo de lucrarse por encima de relacionarse con los caboverdianos. Del mismo modo, se trata de rumores de que evaden impuestos o manipulan los productos que venden.

Las críticas sobre los productos chinos también se consideran, es decir, apreciaciones despectivas sobre su calidad (Dobler, 2009), pero también positivas ante su amplio acceso para la población (Esteban, 2010; Haugen y Carling, 2005; Bredeloup y Bertoncello, 2006). Lo mismo sucede con los comerciantes chinos, pues a pesar del énfasis en los efectos negativos de su presencia, algunos tarrafalenses con posiciones relevantes, como los trabajadores públicos, aportan opiniones positivas sobre éstos, y refutando a la vez varios de los argumentos en su contra expuestos más arriba.

La representación de los comerciantes chinos en el discurso de los caboverdianos tiene gran peso en este trabajo, pero el estudio del comercio minorista chino también conforma una parte importante del mismo. Basándonos en los análisis teóricos (Dobler 2005; Bredeloup y Bertoncello 2006; Haugen y Carling, 2005) se realiza una descripción en torno a un mini mercado de venta de productos alimenticios (Figura 3): de su interior; de la familia de trabajadores chinos, y de sus funciones; de su interacción con los tarrafalenses que entran a comprar; y la satisfacción de sus necesidades básicas: dónde comen, qué comen, dónde viven, qué hacen tras acabar la jornada laboral; etc. También de los trabajadores locales y de sus funciones, aunque se debe agregar que se aportan las consideraciones de otros contratados en distintos mini mercados, como son su salario, su opinión sobre el trabajo, etc. Igualmente se hace hincapié en el testimonio de cómo era el comercio de productos chinos antes de que entrara en crisis debido a la saturación del mercado y a otros factores; en la representación de los caboverdianos en el discurso de estos comerciantes, y en los problemas con los que se topan.

Por lo que se refiere a las hipótesis de la investigación, teniendo en cuenta todos estos aspectos se considera que la representación de los comerciantes chinos en el discurso de mujeres y hombres de distinta condición y edad de Tarrafal es ampliamente negativa. En torno a éstos discurren toda una serie de estereotipos, prejuicios y rumores. Asimismo, que los mini mercados de comerciantes chinos, que han sido una

alternativa a la saturación del comercio de productos importados de China, funcionan del mismo modo que las tiendas de venta al por menor de estos productos y, por otra parte, tanto la representación de los caboverdianos en el discurso de éstos, como la valoración de las exigencias a las que deben hacer frente y acerca de la seguridad en el país, también son negativas.

En cuanto a la estructura, este trabajo está dividido en dos bloques. El primero contiene dos capítulos. El titulado “África subsahariana, Cabo Verde y la presencia de comerciantes chinos” es de carácter teórico, es decir, se trata del apartado donde se presenta, por un lado, las perspectivas utilizadas para el abordaje del objeto de estudio, y que no es otro que la visión de los caboverdianos sobre estos comerciantes y, por otra parte, el comercio chino fundamentado tanto en la venta de productos alimenticios como en la de productos importados de China. El siguiente capítulo, titulado “Consideraciones”, trata sobre el trabajo de campo y sobre algunos apuntes metodológicos, así como de una aproximación al territorio por donde me he movido: Tarrafal y Tchon Bon.

En la segunda parte, la más extensa, se trata la etnografía y también contiene dos capítulos. El primero consiste en el trabajo etnográfico en torno a las distintas mujeres y hombres de Tarrafal, y lo he titulado “La representación de los comerciantes chinos en el discurso de los tarrafalenses”. El segundo, en torno a los comerciantes chinos, se titula “El comercio chino de venta de alimentos y productos importados de China”.

Por último, propongo unas conclusiones sobre los aspectos descubiertos en ésta etnografía, es decir, lo que presento son los resultados que he obtenido al investigar tanto a los comerciantes chinos como las apreciaciones sobre ellos.

2. ÁFRICA SUBSAHARIANA, CABO VERDE Y LA PRESENCIA DE COMERCIANTES CHINOS

2.1. Breve historia de la emigración china hacia África

Sobre la diáspora china se ha escrito abundantemente, aunque las principales investigaciones se han fundamentado en las concentraciones numéricas más importantes de inmigrantes chinos en el Sudeste Asiático, Europa Occidental y Estados Unidos (Bredeloup y Bertoncello, 2006: 199; Carling y Haugen, 2005: 640). Pese al interés académico y de los medios de comunicación sobre las relaciones mantenidas entre China y África en los últimos tiempos (Park, 2009: 2), y pese a la creciente presencia china en el continente desde finales de 1990 –excepto en aquellos países donde la presencia de la diáspora china tiene una larga historia y el número de chinos es mayor que en otros países, tales como Sudáfrica– (Ma Mung, 2008: 646), poco se ha escrito sobre los migrantes chinos en África.

Con la finalidad de ubicarnos en el contexto actual, diversos autores que han tratado el tema identifican tres fases de la emigración china hacia África. Repasándolas brevemente, la primera se produjo a partir del siglo XIX en torno a la contratación de trabajadores culíes, es decir, trabajadores del sudeste de China empleados en algunas colonias Europeas (Alden, 2007: 58; Chang, 1968: 95; Ma Mung, 2008: 645; Mohan y Tan-Mullins, 2009: 592; Park, 2009: 2). En esta fase también se distingue a grupos de comerciantes chinos que atendían a éstos trabajadores y que emprendieron la exportación a pequeña escala.

La segunda fase se produjo con el advenimiento de la República Popular, en 1949. La emigración de este Estado comunista, que adoptó una postura aislacionista en las relaciones internacionales desde finales de los cincuenta e incluso implantó unos controles más estrictos sobre ésta, estuvo vinculada a la campaña ideológica de solidaridad con los países africanos (Alden, 2007: 58; Ma Mung, 2008: 646; Mohan y Tan-Mullins, 2009: 592; Park, 2009: 2). Entre 1960 y comienzos de 1980 –En plena guerra fría–, cerca de 150.000 trabajadores y técnicos fueron enviados a África para

participar en la realización de diversos proyectos, y al finalizar sus contratos muchos regresaron a China y un número significativo se quedó para participar en actividades comerciales (Alden, 2007: 58; Ma Mung, 2008: 646; Mohan y Tan-Mullins, 2009: 593; Park, 2009: 2). Una presencia más relevante fue la de empresarios y profesionales taiwaneses y Hongkoneses a partir de la década de 1970, principalmente en Sudáfrica.

La tercera y reciente fase de la emigración china hacia África se debe a las reformas económicas que emprendió China a finales de 1970, con la ascensión al poder de Deng Xiaoping, y especialmente tras la liberalización de la emigración en 1985 (Alden, 2007: 59; Ma Mung, 2008... Pieke, 2007; Xiang, 2003, 2005; Carling y Haugen, 2005: 642...). Estos cambios produjeron que a la población de chinos establecidos en el continente se añadieran muchos otros, tales como aquellos que forman parte de lo que se ha denominado como una *new entrepreneurial migration*, es decir, aquellos que pertenecen a una nueva migración que “do not enter established wage-labour markets in existing communities of overseas Chinese but set up their own businesses most commonly engaged in the retail or wholesale of Chinese goods, Chinese restaurants or traditional Chinese clinics” (Carling y Haugen, 2005: 642)¹. Igualmente, a diferencia de las fases migratorias anteriores, procedentes de las zonas costeras del sudeste –las provincias tradicionales de emigración de Guandong, Zhejiang y Fujian–, Hong Kong y Taiwán, estos migrantes vienen de todas partes de china. Ma Mung, destaca que desde 1990 los migrantes chinos han estado saliendo de las grandes áreas urbanas de Pekín, Tianjin, Shanghái, pero también de las provincias del noreste: Heilongjiang, Liaoning y Hubei (2008: 645)

Otro dato esencial es que: “[...] *Contrary to popular belief in some African countries, the immigration of Chinese small-scale entrepreneurs is not state-sponsored*” (Haugen, 2011: 165); éstos emprenden su proyecto por iniciativa propia, contando, eso sí, con la laxitud de los programas de inmigración que presentan los países que toman como destino –tal como se destacara más adelante. Aunque, gracias al sólido bilateralismo

¹ Los migrantes que dejaron China a partir de finales de 1970, son tipificados con nuevos migrantes. El uso del término “empresario” parcialmente se sobrepone con el de “comerciante”, aunque también incluye a propietarios de restaurantes, médicos y otras personas que no están involucradas en el comercio.

entre China y África fundamentado en la diplomacia de alto nivel y existente desde hace mucho tiempo, la política del gobierno chino ha sido un factor clave en la naturaleza y escala de la emigración hacia el continente (Snow (1988) y Ho (2008), citados por Mohan y Tan-Mullins, 2009: 589), y aunque éste haya fomentado activamente la ambición global de las empresas chinas y pueda regular la inversión extranjera directa (FDI) (Silk, 2006), los comerciantes chinos viajan a África independientemente y no obtienen ningún beneficio de su parte.

Las estimaciones del volumen de migrantes chinos en África varían enormemente –comerciantes, trabajadores de proyectos de construcción pública, trabajadores pertenecientes a los paquetes y programas de ayuda a África–, y ello se debe a factores como: 1) la laxitud de las políticas de inmigración; 2) la corrupción de muchos países africanos que permiten altos niveles de migración ilegal; 3) la inflación del número de chinos en los medios de comunicación en concordancia con el aumento de los niveles del resentimiento contra los chinos, por ejemplo, en medios de comunicación de Namibia y Zambia (Park, 2009: 3); 4) la percepción por parte de los africanos de qué es un chino parece incluir a coreanos, japoneses y muchos otros asiáticos no indios (Park, 2009: 3; Alden, 2007: 61) . Según las estimaciones realizadas por Park a través de la revisión de diversas fuentes en base a 39 países entre el periodo 2001 y 2008, la cantidad de migrantes chinos en el continente africano va desde alrededor de 580.000 a más de 800.000 (2009: 3). Ma mung, también a través de diversas fuentes, entre 270.00 y 510.000 en África continental en 2007 (2008: 647). Por países, Alden destaca, entre otros países, que Sudáfrica paso de tener 10.000 chinos en 1980, a 120.000 en 1998, llegando a 300.000 y 400.000 en 2006; en este último año, Tanzania 20.000, Nigeria 100.00, Etiopia y Kenia 5.000 y 4.000; Namibia en el momento de alcanzar su independencia en 1990, la comunidad china era casi inexistente, y en 2006 las estimaciones son de al menos 4.000; etc., (2007: 60).

En cuanto a Cabo Verde, Bredeloup y Bertoncello, dos autoras que han investigado en base a los comerciantes chinos en Praia, la capital del país –así como en Dakar–, señalan que, de acuerdo con la embajada de Francia, residían alrededor de 1.500 y 2.000 migrantes chinos entre los 450,489 ciudadanos censados en el país en el año 2002; y según su inventario llevado a cabo en el 2006, habían 70 tiendas que reunían a

280 chinos en el centro de Praia (Platô y Fazenda), la mayoría procedentes de la región de Zhejiang, y un grupo reducido de Pekín y Shanghái (2006: 212).

2.2. Cabo Verde y la nueva migración empresarial

La *nueva migración empresarial*, con la finalidad de alejarse de los caminos más trillados, de buscar mercados aún no conquistados por otros chinos, ha llegado a un sin número de lugares tan remotos y periféricos como el archipiélago de Cabo Verde. Haugen y Carling, dos de los autores que han realizado una de las investigaciones más importantes sobre los comerciantes minoristas chinos en el país, concretamente en la ciudad de Mindelo, Isla de São Vicente, destacan que se trata de una migración que a menudo se ha movido a la inversa de otros flujos migratorios, es decir, de los que van del sur hacia el norte y predominan en las investigaciones académicas; así como hacia otras áreas que también, como Cabo Verde, generalmente experimentan una fuerte emigración (2005: 642).

En este país, el reciente aumento de la inmigración china se inició en 1995, tras la apertura de la primera *loja* (tienda) en Praia (2005: 640). Tomando en cuenta el pequeño repaso histórico que estos dos autores realizan, Cabo Verde, aparentemente no formaba parte de los flujos migratorios chinos dentro del imperio colonial portugués (2005: 640). Aún así, desde mucho antes de que la primera *loja* abriera, barcos pesqueros chinos, junto con coreanos y japoneses, regularmente comenzaron a requerir mantenimiento en el astillero de Mindelo, y su tripulación generó suficiente demanda para permitir la apertura de un restaurante chino que operó desde finales de 1980 hasta 2002 (2005: 640). Bredeloup y Bertoncello hacen referencia de que los migrantes de Macao fueron los primeros en instalarse a finales de 1980 –así como en las islas Canarias, Azores y Madeira– para abrir negocios, especialmente, restaurantes (2006: 208)². Igualmente, desde que el país obtuvo su independencia en 1975, China

² Según varios de sus informantes, después “ils seraient repartis aux États-Unis ou en Asie après avoir mis en place au Cap-Vert une nouvelle antenne de leur dispositif international...”; o que el primer migrante chino que se estableció en Praia estuvo previamente en Dakar, y junto con un empresario

fue uno de los primeros países en abrir una embajada, y un pequeño grupo de funcionarios ha estado presente desde entonces (Haugen y Carling, 2005: 640). No fue hasta finales de 1990 cuando el número de migrantes chinos se incrementó ante el número de *lojas* chinas que fueron surgiendo.

En torno al periodo en que llevaron a cabo su investigación –2002 y 2003– Haugen y Carling destacan que el número de residentes chinos aún era pequeño en el contexto de la diáspora china, pero “*sufficiently large to have had a momentous impact on the society and economy of Cape Verde. There are now [Chinese] shops in every urban centre in the country; on certain streets in the centres of the country’s two cities, virtually every second establishment is a [Chinese] shop*” (2005: 640). Tal como también ha sucedido en otros países de África Subsahariana. Concretamente, en Praia, según Bredeloup y Bertoncello, las tiendas chinas se concentran en las principales calles de Platô (Avenida Amilcar Cabral, Avenida 5 de Julho, avenida Felicidade, avenida Guerra Mendes), antiguo barrio colonial y centro histórico de la capital (2006: 209). La vieja burguesía local, ante la creciente dificultad de mantener su patrimonio, aprovecho la llegada de los comerciantes chinos para alquilar sus propiedades (Figura 4), y se reinstalarse a las afueras, en los nuevos barrios de lujo de la ciudad (2006: 209). Asimismo, estas dos autoras sostiene que:

Ces boutiques en nombre pléthorique sur un espace restreint et qui, de surcroît, affichent par le biais de leurs enseignes, leur identité chinoise, bouleversent en profondeur la physionomie du centre-ville ; elles remettent même en question ses fonctionnalités, minorant ainsi l’impact des bâtiments qui incarnent les pouvoirs économique, politique et culturel nationaux. Dans ce quartier central, ces nouveaux commerces asiatiques qui occupent la quasi totalité de l’espace, côtoient quelques sièges bancaires, des agences de voyage, des hôtels et des espaces internet. Ce changement de décor produit aux yeux des Capverdiens de l’étrangeté là où il y avait de la familiarité... (2006: 209-210)

Pero ¿Qué posibilita el establecimiento de esta *nueva migración empresarial*?

libanes desarrollaron un método para el procesamiento del plástico, y han tratado de comercializar sus productos en Santiago (2006: 215).

Haugen y Carling, a través del análisis de la investigación sobre la nueva migración empresarial en Europa central y del Este, subrayan algunas de las ventajas con las que han contado los migrantes chinos para acceder a estas regiones y abrir sus comercios, y las extrapolan a los migrantes chinos que han entrado en África. Según ellos, el establecimiento de las comunidades de migrantes en las economías de transición de la antigua Unión Soviética y Europa Central y del Este, fue posible gracias a los periodos de políticas de exención de visado (de Tinguy, 1988; Nyíri 2003. Citados por Haugen y Carling, 2005: 642)³. En otro trabajo, Haugen concreta en torno a la viabilidad de acceso de los comerciantes chinos al continente, al señalar que, en general, los regímenes de inmigración en los países africanos ofrecen buenas oportunidades para la obtención de visados de larga duración y de entrada múltiple o permisos de residencia (2011: 169). En el caso de Cabo Verde, también cabe destacar el impulso que produjeron las experiencias post-socialistas del país con empresas privadas extranjeras y las inversiones procedentes de China y la Unión Europea, pues éstas se han traducido –entre otros proyectos– en negocios minoristas de impuestos reducidos para extranjeros (Fikes, 2010: 56).

Otras ventajas son, por un lado, la existencia de la necesidad de satisfacer una demanda de ropa, zapatos y otros bienes de consumo de precios más asequibles de los que ya existían en el mercado, pero de calidad inferior o estilo (Tinguy, 1988; Nyíri 2003; Thunø 2003. Citados por Haugen y Carling, 2005: 642) y, por el otro, las pocas barreras para acceder al mercado en lo referido a regulación de negocios y en los requerimientos de capital y conocimientos (2005: 642).

2.3. Las tiendas chinas y su organización social

Otro estudio de gran importancia en el que caber hacer énfasis es el del antropólogo Gregor Dobler (2005), pues se trata de una etnografía llevada a cabo en la misma línea

³ por ejemplo, a partir de 1988 para ciudadanos chinos que querían entrar en Hungría, hasta 1992, cuando las autoridades húngaras se empeñaron en cerrarle las puertas ante su preocupación por el rápido crecimiento de las minorías étnicas (Moore y Tubilewicz 2001: 613).

fronteriza entre Namibia y Angola, en la ciudad de Oshikango, sobre las tiendas chinas de venta al por mayor para el mercado angolano. Son tiendas que consisten en una pequeña sala de exposición con productos alineados en estanterías o dispuestos en caja de cartón, así como de un gran almacén abarrotado de mercancía unido a la tienda o a un edificio adicional. En su interior se pueden encontrar diversidad de bienes de consumos como ropa, zapatos, colchones, electrónica, motocicletas o relojes de pared con representaciones de la virgen de Lourdes, Mickey Mouse o la última cena de da Vinci.

En Cabo Verde, las *lojas* chinas son idénticas a primera vista. En las de la ciudad de Mindelo se pueden comprar ropa, zapatos, accesorios de viaje, objetos de adorno, utensilios de cocina y cuadros de paisajes románticos o de la virgen María; y alrededor de la mitad también vende electrónica de consumo como televisores. Se trata de productos similares a los del comercio al por menor chino en Europa Central y del Este (International Organization for Migration 1998. Fuente citada por Haugen y Carling, 2005: 647); productos baratos y de baja calidad. Según el estudio realizado por Bredeloup y Bertoncello, las tiendas chinas de Praia ocupan la planta baja y la primera planta de los edificios de la época colonial pintados con colores vivos e iluminados con luces de neón, y desordenadamente en los estantes o en cajas de cartón en el suelo, donnant l'impression d'une extrême profusion (2006: 2009), se pueden encontrar ropa nueva o usada para niños y adultos, lencería, calzado casual o deportivo, cinturones, bolsos, sombreros, pañuelos, bisutería, cosméticos, ropa de cama, manteles, alfombras, platos, bandejas, herramientas de jardinería, relojes, jarrones y flores artificiales, estatuillas de porcelana, calculadoras, televisores, ventiladores, etc., (2006: 208). Igualmente, señalan que:

En fonction de la mode et au gré des événements et des fêtes religieuses qui marquent la vie quotidienne des populations, ils adaptent la nature des produits vendus, recourant à la virtuosité de compatriotes copistes installés en Chine: c'est ainsi que des pères Noël en plastique inondent le marché de Praia en décembre, des horloges murales serties de reproductions du Pape au Cap-Vert [...] fabriquées sur les rives de la mer de Chine, sont exposées dans leurs locaux commerciaux. Autres temps forts, la rentrée des classes avec

son lot de fournitures scolaires, [...] ou encore la Saint-Valentin pour les amoureux capverdiens (2006: 208).

La fabricación barata de estos productos en China gracias a factores como la mano de obra barata, su obtención a buenos precios gracias a los contactos que los comerciantes chinos mantienen en el país, así como su importación directa, es decir, prescindiendo de intermediarios, son algunos de los factores claves del éxito de estos negocios (Dobler 2005, 2009: 717; Laribee, 2008: 361).

En cuanto a las viviendas de los comerciantes y sus familias, están vinculadas a las tiendas. La mayoría de las familias en Oshikango viven en una o dos habitaciones sin ventanas unidas a la tienda o al almacén; y los comerciantes más ricos y con familias más grandes, en una casa independiente en el patio trasero de la tienda o en un apartamento ubicado en la segunda planta (Dobler, 2005). Como es de suponer, esta vinculación comporta una estancia permanente en los comercios, es decir, en éstos, se trabaja, come, duerme, etc. Como forma de ocio, por ejemplo, muchos chinos de este poblado se sientan frente a sus tiendas a pasar las tardes entre sí, o las mujeres salen a dar un paseo al atardecer cuando el aire es más fresco, *“slowly strolling through a town that seemed to be their own”*. Dobler destaca que: *“Strangely, many Chinese seem more at home in Oshikango than most local people. They do not especially like the town, and they always stress they are only there for business. Still, they seem content and relaxed. They do not seek integration into the local community, but they do not feel excluded, neither: they like being what they are”*.

Otra de las características esenciales de las tiendas chinas es, aparte del empleo de trabajadores locales, el empleo de trabajadores chinos. En São Vicente –de manera extrapolable a Oshikango–, estos últimos pagan el costo de sus boletos trabajando sin sueldo por uno o dos años, y son empleados jóvenes que:

[...] are seen as necessary not because they are Chinese, but because they are recruited among relatives or from the families of people who are well known and trusted. These pre-existing ties as well as the circumstances of migration, employment and lodging create a relationship of dependence and loyalty between employees and employers that

is a key element in the social organization of the businesses (Haugen y Carling, 2005: 649).

Para poder viajar a Cabo Verde, éstos precisan de un contrato escrito que regula sus condiciones de empleo, y que establece que recibirán un salario mensual de 250 dólares, alojamiento, manutención y asistencia sanitaria. Después, a un nivel verbal, las condiciones reales de empleo se negocian entre los propietarios de las *lojas* y los trabajadores, manteniendo, eso sí, el alojamiento y manutención a cargo de los primeros (2005: 649-650), tal como sucede con los propietarios de las tiendas chinas de Oshikango. Un trabajador en esta población comenta: *“My uncle provides for food, housing – even if I want to spend, I don’t know where. I don’t go anywhere. My uncle always is telling me: you are not at home here, you are in a foreign country, it is not like home, you have to be careful”* (Dobler, 2005).

Algunos de los trabajadores chinos en São Vicente también reciben un salario mensual que va, por lo general, desde los 10.000 escudos a los 25.000 escudos⁴. Otros no saben exactamente cuánto ganan y sólo saben que sus empleadores les pagaran una suma de dinero a su regreso a China. Independientemente de las condiciones de empleo, los trabajadores chinos tan solo consiguen ganar bastante dinero tiempo después de su llegada, pues aparte de tener que saldar el costo de su viaje, su periodo inicial de empleo, que varía entre unos meses y un par de años, se considera un periodo de aprendizaje del negocio y de otros aspectos como el lenguaje local.

Por su parte, los trabajadores locales se encargan de tareas como las de ayudar a los clientes y evitar robos, y generalmente cobran entre 7000 y 8000 escudos al mes por 45 horas de trabajo a la semana. En las propias palabras de Haugen y Carling: *“[...] There are very few cases of Cape Verdean workers being entrusted with handling money in the shops. While most Chinese say that they are fond of the Cape Verdean people, they mistrust them as workers. Cape Verdeans are frequently fired after accusations of having stolen goods or having allowed their friends to do so”* (2005: 650).

⁴ Si 1000 escudos caboverdianos equivalen a unos 9€, 10.000 escudos son aproximadamente 91€.

De ahí la indispensable contratación de familiares o conocidos de confianza, así como también por el aumento de los crímenes contra chinos en el país. *“One of the most successful shop owners in São Vicente has invited eight family members to work for him, and some Chinese claimed that this person’s success was related to his ability to draw on a pool of reliable workers from his large family”* (2005: 653). Cabe señalar que otras razones para contratar empleados chinos se fundamentan en el ofrecimiento de una oportunidad para salir de una situación de fracaso escolar o de desempleo en China, o como parte de una estrategia de expansión, es decir, para abrir *lojas* subsidiarias.

2.4. La saturación del mercado y sus consecuencias

Cuando las primeras *lojas* chinas abrieron en Cabo Verde a mediados de la década de 1990, el país presentaba una rara combinación de estabilidad política, seguridad y precios elevados (Haugen y Carling 2005: 646). La competencia en el extremo inferior del mercado (bajos precios, baja calidad) era mínima, y el poder adquisitivo local era relativamente alto debido a las remesas que muchos caboverdianos recibían de sus familiares en el extranjero (2005: 646). Sin embargo, esta situación no duró demasiado.

Desde mediados de la década de 1990 a 2003, el número de migrantes chinos se incrementó cinco veces, y el de *lojas* chinas alrededor de un centenar (2005: 651). En São Vicente el crecimiento constante del número de estos establecimientos se produjo de dos formas distintas: por un lado, a través de la expansión de los negocios, y por el otro, a través de la entrada en el mercado de nuevos propietarios, en muchas ocasiones, parientes o ex empleados de otros que les prestaron mercancía u ofrecieron otro tipo de ayuda para la obertura del negocio (2005: 651).

Entre los años 2001 y 2002, del mismo modo que sucedió con la migración china en distintas partes del mundo, el mercado de productos chinos en la isla –y en Cabo Verde en general– se saturó (2005: 654), comportando la caída del beneficio neto

sobre las ventas, una situación especialmente difícil para las tiendas de reciente apertura y, en definitiva, una feroz competencia entre los distintos comerciantes. Además, cabe tener presente que la demanda de productos existente cuando las primeras *lojas* abrieron tampoco era la misma, ya que la mayoría de caboverdianos ya contaban con productos que antes no podían permitirse ante sus precios poco asequibles, por ejemplo, muebles para la casa como estanterías para poner las fotos de los familiares que se encontraban en el extranjero u otro tipo de objetos (2005: 655).

Dobler manifiesta que frecuentemente en la literatura sobre el espíritu empresarial de los migrantes,

diasporic communities are often perceived as a dense network, as close-knit small-scale societies, bound together by origin, shared experiences and similar living conditions. The common background, high group control and an often unfriendly environment in the host society lead to high levels of inter-group trust and to successful co-operation (2005, 2009: 715).

Esta situación posibilita la cooperación empresarial y da a los empresarios minoritarios ventajas económicas *“over the less organized host societies”* (2005, 2009: 715), pues según Haugen, citando a Meager (2010), *“interpersonal networks and social obligations in Africa are often portrayed as liabilities for individual entrepreneurs and obstacles to economic development”* (2011: 171). Sin embargo, Dobler también destaca que esta imagen es parcialmente cierta para los comerciantes chinos en Oshikango, y lo mismo se podría decir para los de Cabo Verde.

Existen algunos estudios que subrayan la colaboración entre los migrantes chinos. Por ejemplo, Gadzala (2009, 2010) asegura que el alto nivel de confianza interpersonal dota a las redes de negocios chinos en Kenia y en Zambia con importantes ventajas competitivas –disposición de capital, información sobre los mercados, mano de obra y tecnología– de las que carecen los empresarios locales, pues las redes de negocios de éstos son más desorganizadas y, en consecuencia, las posibilidades para la adquisición de recursos clave y la acción colectiva entre las empresas son limitadas. Sin embargo,

aportaciones como las de Dobler que resaltan la falta de comportamiento cooperativo entre los migrantes chinos son más comunes.

Este autor sugiere que los primeros chinos que llegaron a Oshikango indujeron a otros miembros de su familia a venir a trabajar en sus tiendas, es decir, se produjo una migración en cadena y, por lo tanto, teniendo en cuenta las siguientes diferencias, los propietarios de tiendas chinas llegaron a Namibia como competidores, no como socios o amigos:

[...] the different families come from very different places. They do not form an organised group, and many of them don't know each other, even if they are living in the same town. One family comes from the Russian border, one from the Mekong near Laos, another from Shanghai and a fourth from the South. They speak different dialects and eat different food; even the climates in their hometowns differ. Snow falls heavily in the Northern winters, while the Southerners know tropical rainforests and the damp heat of the monsoon months. Their social backgrounds are as diverse as their origins. Some come from poor rural families, some used to be magistrates, and one young man from Shanghai who has made his MBA at Beijing University Business School looks down on his neighbours as "uneducated peasants" (2009: 716).

Esto no quiere decir que los comerciantes chinos no estén socialmente conectados entre sí, pero aspectos como la financiación o la información comercial más relevante –el contacto de un proveedor más barato, por ejemplo– constituyen información reservada en el interior de la familia, no a través de la nacionalidad, y aunque los comerciantes puedan culpar a la competencia por la caída de los precios de venta (en Oshikango se abrió la primera tienda en 1999, en 2004 había ya 22 y en 2006 su número había alcanzado las 75), se hace difícil un acuerdo de precios entre las diferentes tiendas. Muchos comerciantes sienten que no pueden discutir con sus colegas la política de precios o las tasas de ganancias.

Otro ejemplo que se opone a la tesis de confianza y cooperación es el de la población china en Malí, pues es "particulièrement hétérogène, traversée de clivages et de conflits» (Bourdarias, 2009: 7). También, el de los comerciantes chinos en una pequeña ciudad situada en la provincia Occidental de Cabo, Sudáfrica. Aquí, los comerciantes locales argumentan que su competencia son las tiendas chinas, pero, por ejemplo, un

comerciante chino señala que la competencia es tanto de las tiendas propiedad de los locales así como de las tiendas chinas, y enfatiza: “[...] ‘especially the China Shops’ that are competitive” (Larabee, 2008: 362).

En Cabo Verde, el ambiente entre los comerciantes chinos de São Vicente es tenso a causa de la feroz competencia. Antes, *“the Chinese would play mahjong and cards together and invite each other for Chinese New Year in the past, while today there is little such interaction. [...] although friendly at a superficial level, people interact in ways marked by underlying distrust”* (Haugen y Carling, 2005: 655). Asimismo, su situación también se ha deteriorado de otras maneras ante el aumento de la delincuencia. El hurto siempre ha sido un problema para los comerciantes chinos, y es visto como inevitable, pero desde el año 2002 ha habido varios casos de robos con violencia (2005: 656). Tal vez, el fomento de la delincuencia provenga de la percepción de que los chinos están teniendo grandes beneficios ante el constante crecimiento del número *lojas*; lo que sí es cierto, es que *“gives officials an unfounded fear of being overwhelmed by migrants. A high-ranking executive justified his calls for visa restrictions by saying that ‘putting one Chinese village here would make the country sink into the Atlantic”* (2005: 656).

Otras impresiones populares de las cuales los comerciantes chinos son conscientes y que rechazan rotundamente, es que pagan derechos de importación reducidos. Tal como señala Haugen a través de la fuente China Daily (2009), *“While Cape Verde offers tax breaks that are promoted to potential Chinese investors, these are geared towards larger companies and the tourism, international transport, light industry and fisheries sectors”* –lo que contradiría a Fikes de que uno de los proyectos surgidos de las experiencias post-socialistas del país con empresas privadas extranjeras y las inversiones procedentes de China y la Unión Europea, ha sido los negocios minoristas de impuestos reducidos para extranjeros (2011: 168). Igualmente, la autora considera que *“Similar rumors about tax breaks for Chinese small scale retailers circulate in other African countries, often unsubstantiated”* (2011: 168). En 2003, las autoridades caboverdianas requirieron la ayuda de la embajada China con la finalidad de mejorar el cumplimiento de las leyes laborales del país por parte de los empresarios chinos de las leyes laborales de Cabo Verde –una iniciativa que fue bien acogida por parte de

algunos empresarios chinos–, y desde entonces ha tenido que ver poco con las *lojas* chinas. “*Despite the lack of any direct connection with the Chinese state [como ya se ha dicho], many Cape Verdeans –including high-ranking officials in the area of commerce– wrongly assume that the government gives Chinese traders preferential treatment in return for Chinese development aid*” (Haugen y Carling, 2005: 652).

Finalmente, volviendo al problema de la saturación del mercado, como respuesta los comerciantes chinos han tomado diversas medidas como la *expansión geográfica* o la *guerra de precios (price wars)*. Teniendo en cuenta que Cabo Verde consta de nueve islas habitadas, algunas de ellas con centros de población lo suficientemente grandes como para soportar al menos una *loja* china, la primera ha sido la más importante (2005: 656). Desde Praia las tiendas se expandieron a São Vicente y las otras islas. La segunda trata sobre el establecimiento de precios más bajos que los que mantienen otras *lojas*, gracias a una disminución de los márgenes de beneficio y de una mayor dependencia de la mano de obra familiar (2005: 657). Igualmente, se incrementó la carga de trabajo de los empresarios chinos así como de sus trabajadores, cuando algunas *lojas* ampliaron sus horarios y prácticamente los demás chinos comenzaron a hacer lo mismo (2005: 657). En la actualidad, la posibilidad de reducción de precios y de generar ingresos mediante la explotación de la mano de obra familiar con mayor intensidad está prácticamente agotada.

Otra solución frecuente a la saturación del mercado es la *expansión hacia otros sectores empresariales*, pero cuando Haugen y Carling llevaron a cabo su investigación, ésta no parecía ser una alternativa viable entre los comerciantes chinos. En las propias palabras de estas dos autoras:

The potential for expansion into the food sector is apparently especially high, as dry and canned foods are sold at prices that often exceed those in Western Europe. Such commodities could presumably be imported from China. The Chinese explain their absence from the food sector on the basis of their limited knowledge of local tastes, lack of necessary connections for importing foodstuffs and shortage of capital (2005: 657).

Tal como demuestra el presente trabajo, desde hace pocos años la comercialización de productos de alimentación ha sido una opción por la que han optado muchos comerciantes chinos en la Isla de Santiago.

2.5. Beneficios y consecuencias de la *nueva migración empresarial*

La irrupción de los comerciantes chinos ha permitido que las sociedades africanas puedan comprar ropa, calzado y otros bienes de consumo debido a sus precios asequibles, por lo que podría decirse que han contribuido a mejorar el nivel de vida en general. Muchos caboverdianos afirman que gracias a la presencia de las *lojas* chinas, sus hijos ya no van descalzos a la escuela y pueden participar en los rituales de consumo navideños (Haugen y Carling, 2005: 648-649). Asimismo, los consumidores

[...] ont le sentiment de pouvoir accéder ainsi à la société de consommation et d'être partie prenante de la mondialisation. « Ils vendent pas cher [...], ils ont beaucoup de nouveautés [...], on peut changer souvent [asegura un senegalés] ». Cette fièvre consumériste devient encore possible par temps de crise et les prix très compétitifs de ces produits, que tous reconnaissent comme de qualité médiocre, autorisent aussi la clientèle populaire à se mettre en scène, à jouer des apparences (Bredeloup y Bertoncello, 2006: 208).

Frente a la calidad de los productos, en Guinea Ecuatorial –donde el promedio de la población tiene una visión muy positiva de las tiendas chinas debido a la accesibilidad de muchos productos que antes estaban fuera de su alcance– la gente suele ser consciente de que éstos no pueden compararse con los productos importados de otros países, por lo que ponen el acento en la política de precios ajustados y en el placer del consumo conspicuo (Esteban, 2010: 242). Una de las razones que parece incidir en la aceptación general de esas mercancías es la participación de los autóctonos en los procesos de venta (2010: 242). En Namibia, donde el consumo de artículos occidentales está pasando gradualmente a formar parte de las ambiciones de la mayoría de la sociedad, los productos chinos son percibidos de manera creciente como

baratijas importadas para engañar a la gente, como fruslerías que les sustraen el dinero que ganan con esfuerzo (Dobler, 2009: 718). Ahí reside uno de los elementos que ha comportado un aumento de la xenofobia y resentimiento contra los comerciantes chinos –aunque a diferencia de la vecina Zambia, Zimbabue o Lesoto, este resentimiento no ha llegado a estallar en violencia contra las tiendas chinas (2009: 718). Tanto en Dakar como en Praia, *“les mêmes plaisanteries circulent sur le caractère éphémère des produits proposés par les Chinois qui proviennent de Chine populaire mais aussi de Thaïlande: ‘choisis bien le jour où tu mettras tes chaussures neuves, c’est la première et dernière fois!’...”* (Bredeloup y Bertoncello, 2006: 208-209). Sin embargo, lo contrario también sería cierto: los propietarios de tiendas chinas en São Vicente dicen encontrarse atrapados en un círculo vicioso, ya que sus clientes esperan productos baratos y de baja calidad, lo que les impide importar otros de mejor calidad, vendibles, por supuesto, a precios más altos.

Si bien los ciudadanos de muchos estados africanos pueden disfrutar de un mayor acceso a productos de consumo, los países con una activa industria local se han visto perjudicados. En Senegal, sectores de la economía local como la fabricación de fósforos y zapatos se han visto amenazados por la introducción de productos chinos, y muchos zapateros de Dakar han tenido que ir a vender sus productos a Mauritania tras la disminución de su clientela y la proximidad de las tiendas administradas por los comerciantes chinos (Bredeloup y Bertoncello, 2006: 218). Sin embargo, también se critica a los comerciantes senegaleses que se lucraron a costa de los consumidores vendiendo productos chinos *“mais en les revendant trois à cinq fois plus cher alors qu’ils peuvent jouer de réseaux autrement plus puissants une fois arrivés au Sénégal pour corrompre les services douaniers ce qui contribue à faire baisser le coût de revient”* (2006: 2019). En Kenia, donde la industria textil ofrece grandes bolsas de empleo en los sectores formales e informales del país, el impacto causado por la aparición de las redes comerciales chinas ha sido devastador. Su llegada ha provocado una crisis de gran envergadura en la industria, obligando a los pequeños fabricantes a aumentar y diversificar su producción para evitar la amenaza de un cierre inminente (Gadzala, 2009: 211). En Zambia, los productos de textiles y sus comerciantes han experimentado una reducción de los volúmenes de venta, y por lo tanto de los niveles

de empleo. Algunos productores de textiles han considerado la posibilidad de fabricar productos baratos de baja calidad para poder competir con los comerciantes chinos, pero las alternativas son inciertas (Gadzala, 2010: 54). En Sudáfrica, en cambio, ante la convicción de que el aumento de las importaciones chinas perjudicaba a las empresas locales, el gobierno alcanzó un acuerdo con las autoridades de la República Popular para establecer cuotas que limitasen la sangría, aunque esas medidas no parecen haber servido para revitalizar la industria sudafricana (Laribee, 2008: 356).

Como es de esperar, los comerciantes locales también son uno de los colectivos que más fuertemente han sentido y protestan contra la presencia china, arruinados no tanto por la férrea competencia planteada por las mercancías *made in china* como por las nuevas redes comerciales establecidas en el continente. Por ejemplo, los comerciantes nigerianos que se habían decantado por recurrir a proveedores chinos han experimentado el impacto más severo de la concurrencia sólo a medida que los comerciantes de aquel origen se han establecido directamente en Nigeria (Alden, 2007: 56). Por su parte, los comerciantes ugandeses, que habían estado viajando a China durante años para comprar los productos que luego vendían en los mercados de Kampala, Entebbe y el resto de ciudades de su país, han comenzado recientemente a padecer la progresiva presencia de los comerciantes chinos, que ahora importan los mismos productos a un precio más barato (Lee 2007: 26).

En Cabo Verde, donde no existe una industria local que pueda llegar a frustrarse a causa de los productos chinos, los estragos, en efecto, no se han hecho esperar. En Mindelo el mercado de ropa y zapatos estaba dividido en dos segmentos antes de que comenzasen a abrir las primeras tiendas chinas. Por un lado, estaban las *boutiques* de lujo que vendían ropa, zapatos y accesorios provenientes de Brasil o del sur de Europa y, por el otro, el mercado municipal, abastecido en parte por comerciantes africanos del continente que compraban sus productos en el extranjero o bien a otros comerciantes que viajaban de forma regular a Portugal o Senegal (Haugen y Carling, 2005: 648). Ante la irrupción de las *lojas* chinas, buena parte de ese mercado fue absorbido por éstas, gracias a la venta de productos de moda a precios asequibles. Muchos de los comercios del mercado municipal tuvieron que cerrar, y los que aún permanecen abiertos han tenido que especializarse, renunciando a la venta de ropa.

En cuanto a las *boutiques*, la decisión de algunos comerciantes chinos de participar directamente en la importación de productos de moda brasileños ha sido un factor clave de su declive. (2005: 648-649). En Praia, un importador de ropa de segunda mano instalado en Boston para los almacenes de la ciudad, señala la llegada de los comerciantes chinos a partir de 1995 y, en consecuencia, desde entonces la decadencia de su negocio; y los mayoristas también de la ciudad que iban a comprar ropa interior de mujer a Brasil, ante la competencia china han presionado al gobierno con el objetivo de preservar algunas de sus prerrogativas (Bredeloup y Bertoncello, 2006: 218).

Mención aparte merecen las acusaciones de que los beneficios del creciente monopolio comercial chino se transfieren y reinvierten en China, y no dentro de las economías locales. Ante esos reproches, los comerciantes chinos en Oshikango (Namibia) reaccionan destacando el número de trabajadores que empleaban, el pago de impuestos que realizan o sus propios gastos familiares en el país de recepción (Dobler, 2005). En Cabo Verde, la no reinversión de las ganancias por parte de los nuevos minoristas chinos dentro de la economía del país, es un hecho afirmado por Fikes (2010). La autora señala que los vendedores han sentido fuertemente la presencia china en el país –impulsada por la desregularización que llevó a cabo el gobierno a finales de 1990–, ya que estaban acostumbrados a una economía monetaria fundamentada en el reciclaje del dinero proveniente de las remesas de los migrantes, es decir, dinero que se movía en la compraventa dentro de los mercados locales provocando un flujo constante del mismo, y en la que los nuevos minoristas no estaban redistribuyendo o reciclando las ganancias.

3. CONSIDERACIONES

3.1. El trabajo de campo y apuntes metodológicos

La realización del trabajo de campo fue durante un periodo de tres meses, desde el 18 de julio hasta el 21 de octubre del 2014⁵. Mi interés por los comerciantes chinos y su representación en el discurso de los caboverdianos surgió tras las referencias puntuales que hacían algunos trabajos etnográficos realizados en el país sobre la presencia china, y a raíz de diversas conversaciones que mantuve con mi tutor, Alberto López, sobre la calidad de los productos que los comerciantes chinos importan, su comercialización por parte de vendedores locales y africanos del continente, su conceptualización social, o la interacción entre los caboverdianos y los chinos, entre otras cosas.

Este estudio se ha fundamentado en la observación participante como técnica fundamental para la recopilación de información. Gracias a los contactos que se me facilitaron, y que a la vez se convirtieron en informantes claves, se podría decir que mi presencia fue menos extraña y conseguí integrarme fácilmente en gran parte de la vida social de la ciudad, pudiendo observar y participar de sus realidades cotidianas. Concretamente de la mano de João, un tarrafalense de 43 años de edad –y cuyo nombre, así como el de otros informantes, he cambiado por otros para preservar su identidad–, pude conocer a hombres y mujeres de distintas edades y condición social que siguieron el desarrollo de mi trabajo, estuvieron disponibles para contestar mis preguntas y me hicieron sentir uno más entre ellos, concediéndome el halago de considerarme un “*branku/pretu*” (blanco / negro). Asimismo, con otras personas con las que el grado de relación fue menos cercano conseguí mantener conversaciones cortas y en profundidad en más de una ocasión en los distintos lugares donde iba a tomar café, a comer, en la plaza de la ciudad, en sus calles, etc.

⁵ La financiación del trabajo de campo fue mediante la beca general del Ministerio de Educación que como casi cada año llega tarde, tras finalizar el curso académico.

Mi puesta en marcha del aprendizaje del *crioulo* –concretamente en su variante *badiu* de la isla de Santiago–pocos días después de mi llegada, me ayudó a integrarme, a poder comunicarme. Al principio hablaba una especie de *portunhol*, pero gracias a las clases que recibí por parte de una de las trabajadoras de la biblioteca y en mí día a día en Tarrafal, en gran medida logré solventar la dificultad de la barrera idiomática. Sin reparos la gente me repitió las cosas que no entendía, me corrigió cuando pronunciaba de manera incorrecta, o habló más pausadamente cuando me costaba comprender lo que me decían.

Otros informantes fueron puntuales, se trató de personas a las que realicé una entrevista semidirigida, y que fui buscando a medida que me familiarizaba con los temas en los que considere necesario profundiza. Me encargué de entrevistar a varios propietarios de comercios de venta de productos como ropa, calzado y tecnología importada de China; a todos los propietarios de comercios de venta de productos de alimentación de Tarrafal y algunos de Tchon Bon –una aldea que se encuentra a pocos Kilómetros–; a varios funcionarios públicos, a algunos trabajadores locales de comercios de propietarios chinos, etc.

La mayoría de estas entrevistas las realicé en compañía de João. En algunos casos pedimos entrevistar a personas con las que ya habíamos establecido contacto, y con la mayoría de los comerciantes acudimos directamente a sus establecimientos, les explicamos el trabajo que estaba realizando, y tras pedir unos refrescos nos poníamos a conversar intentando no interferir en las ventas –como se destacará más adelante, escasas. Si algún cliente entraba, esperábamos a que fuera atendido y después continuábamos, y cuando había alguna cosa que no entendía, João y los comerciantes me la volvían a explicar de forma más sencilla.

Aparte de mi reticencia a la utilización de grabadora (así como a la cámara de fotos), y por la inclinación por las conversaciones no dirigidas, decidí no utilizarla, ya que la transcripción de la información me habría resultado bastante laboriosa. Si hubiera grabado las conversaciones habría obtenido gran cantidad de datos difíciles de tratar ante mi reciente familiaridad con el *crioulo*. Por ello preferí tomar notas en una libreta

que siempre llevaba conmigo, y después las solía repasar y complementar con la ayuda de João.

Por otra parte, podría decir que si conocer, ganar la confianza de muchos caboverdianos, tener conversaciones con ellos, y poder entrevistarlos no fue demasiado complicado, llegué a asimilar la noción reductora local –y global– hacia los comerciantes chinos de que se trata de un colectivo cerrado. Fui advertido de los inconvenientes con los que me toparía a la hora de trabajar con ellos, y tras la reticencia percibida en mis primeras aproximaciones en terreno, decidí concertar el trabajo de campo en un mini mercado cuya propietaria nos atendió amablemente y nos comentó en un *crioulo* casi perfecto varios aspectos en torno al negocio. Teniendo en cuenta su predisposición aquella vez, me propuse ir a comprar a su establecimiento todo lo que necesitase, hasta que en una ocasión, tras interesarme en su idioma y expresarle mi interés en aprenderlo, se ofreció a enseñármelo. Con el paso de los días esto me permitió ganar a su confianza y, en consecuencia, observar lo que ocurría dentro del mini mercado y conocer a su familia.

A su comercio acudía por la mañana, y cuando no había clientes u otras trabajadoras podían atenderlos, me explicaba desde detrás del mostrador algunas cosas en chino – por ejemplo: saludar, comprar, los números, etc. – y yo apuntaba fonéticamente en blocs de notas de promoción de algún producto que me dejaba, a la vez que aprovechaba para enseñarle a una familiar suya recién llegada de China. Después de un tiempo, y tras haber comprendido mi intención como investigador, entraba en otro momento, cogía un refresco de la nevera, me ponía al lado del mostrador o en algún lugar donde no molestara, y charlaba con ella, participando de lo que allí sucedía e intentando retener el máximo de información posible. Al marchar, ella sabía que directamente me iba a escribir a casa. Mi insistencia en acudir casi cada día al mini mercado fue clave para afianzar la amistad con esta mujer, hasta el punto de invitarme a comer en algunas ocasiones y, por lo tanto, poderme relacionar con sus familiares y saber un poco sobre ellos, o pedirme ayuda en algunas labores, como descargar mercancía cuando llegaba, entre otras. Sin embargo, cabría valorar cuánto supuso mi aceptación teniendo presente el color de mi piel y estatus social como europeo, pues

como una vez me comentó un caboverdiano, el *chino* trata diferente a las personas dependiendo de si tienen dinero y no andan descalzas.

En cuanto a otros comerciantes chinos, gracias a un informante pude conocer a uno con una posición relevante en la ciudad de Assomada –a 23 kilómetros de Tarrafal, en el centro de la isla–, que a la vez me presentó a otros con los que conversé puntualmente. Tras contactar con él pude viajar y entrevistarle, visitar su *loja*, ir a comer a su casa, etc., y en cierta manera con él también establecí una relación cercana. No obstante, he de resaltar que tanto con la comerciante anterior y su familia como con éste último, en algunos momentos percibí desconfianza. Por ejemplo, a pesar de que siempre intenté dejar claros mis propósitos como investigador, en diversos momentos se me cuestionó el hecho de querer saber sobre ellos, de querer relacionarme, o de querer ganar su amistad; de igual manera, cuando pedía que me presentaran a otros conocidos con los cuales poder hablar, eran reticentes y me respondían que éstos no contaban con demasiado tiempo porque siempre estaban trabajando, que no tenían amigos, que no hablaban muy bien el *crioulo*, o que no les gustaría que les hicieran preguntas.

Finalmente, el diario de campo fue un elemento imprescindible como medio de recopilación de información. Se trata de un trabajo que realicé constantemente, y que comprende la descripción detallada de mi día a día en Cabo Verde –el trabajo de las observaciones dentro del mini mercado, los encuentros mantenidos con los distintos informantes, las charlas espontáneas, etc. La elaboración de éste consistió en transcribir la información captada justo al llegar al lugar donde me alojaba: el primer mes en una pensión y después en un pequeño apartamento, ambas estancias con las justas comodidades que complicaban muchas veces dicha labor. De igual modo, cabe señalar que debido a que no traté de enfatizar en prioridades concretas, la diversidad y abundancia de datos compilados comportó un enorme trabajo de selección y clasificación para constituir los planteamientos fundamentales de este trabajo.

3.2. Aproximación a Tarrafal y Tchon Bon

El archipiélago de Cabo Verde se encuentra a una distancia de 500 km al oeste de la península senegalesa que otorga su nombre, y en el extremo noreste de la isla más grande de las 10 que lo componen, la isla de Santiago, se encuentra Tarrafal⁶. Esta ciudad es capital del *concelho* (municipio) que contiene su mismo nombre, y cuenta con casi la mitad de alrededor de 20.000 personas que residen en éste. Asimismo, junto con la población de Tchon Bon, que se encuentra a escasos kilómetros y con la que está en permanente contacto, conforman un conglomerado urbanístico poco denso en un territorio agrícola.

Entre Tarrafal y Tchon hay un amplio contraste. Ésta última localidad es un área urbana altamente azotada por la pobreza, constituida mayoritariamente por viviendas informales y carente de un gran número de servicios sociales e infraestructuras, entre otras cosas. Por su parte, Tarrafal, junto con Cidade Velha (antiguo bastión colonial y base de la esclavización atlántica emprendida por Portugal), cuenta con alguna actividad turística de cierta importancia en Santiago. Crecida en torno al núcleo colonial portuario, esta ciudad se convirtió en 1869 en la sede administrativa de la zona norte de la isla, en tanto que capital de Santa Catarina, y después de 1917 del propio *concelho* de Tarrafal, desvinculado ya del de Santa Catarina desde 1912. Su centro aún cuenta con edificios y residencias de ese periodo, erigidos por los administradores portugueses y, posteriormente, por caboverdianos retornados de la diáspora. Son construcciones muy distintas a las casas de los barrios circundantes y de gran parte de Tchon Bon durante las últimas tres décadas de urbanización, pues algunas zonas de la ciudad aún no cuentan con agua corriente y en ciertos barrios no hay red de alcantarillado. De igual modo sucede en relación a la electricidad, así como también cabe decir, que la red sufre constantes caídas.

⁶ Baso mis comentarios en Horta y Malet (2014). Cabe decir que su trabajo también es importante en cuanto “analizan una serie de procesos sociales en torno a los usos y las apropiaciones de carreteras y calles cotidianamente por parte de los conductores de los hiace (el hiace es un vehículo de transporte colectivo interurbano que toma su nombre del modelo Hiace –furgoneta monovolumen de la empresa Toyota–, ampliamente extendido en África)...” (2014:9).

En Tchon Bon se encuentra el antiguo campo de concentración de Tarrafal, convertido en Patrimonio Cultural Nacional, con el objetivo de que llegue a abarcar alguna actividad que aliente el disminuido deseo de “desarrollo turístico” en la zona. Sin embargo, gracias a la apertura de bastantes plazas hoteleras y de restauración en las últimas décadas, el turismo parece consolidarse en Tarrafal. En cuanto a la que probablemente sea la actividad tradicional más importante del *concelho*, la pesca, parece estar en declive, a pesar del movimiento diario de los pescadores en la Baía Verde de Tarrafal y en la localidad de Ribéra da Prata. Estas actividades, junto con el comercio (en su mayoría informal) y la agricultura de secano (delimitada por las lluvias de cada año, constituyen –como en gran parte de la isla– las principales fuentes de las que vive la población, además de la construcción o de trabajos públicos puntuales si el año agrícola se complica.

4. LA REPRESENTACIÓN DE LOS COMERCIANTES CHINOS EN EL DISCURSO DE LOS TARRAFALENSES

4.1. Los *chinos* según distintos hombres y mujeres de la ciudad

4.1.1. Los chinos son “*fechados*” (cerrados) y comen sapos

Uno de los principales estereotipos culturales sobre los chinos en Cabo Verde es el de que son personas cerradas, totalmente herméticas frente a la sociedad que los acoge. Esta clasificación puede ser apreciada a través de la charla mantenida con uno de mis contactos en el país el primer día de mi llegada.

Pocas horas después de instalarme en la pensión donde me quedé por un tiempo, Sabino vino a buscarme y me llevó a dar una vuelta por Tarrafal en su pick up. Me enseñó la plaza principal, la iglesia, algunos restaurantes donde podría ir a comer, etc.; y al encontrarnos con un amigo suyo propietario de un barco pesquero, nos dirigimos al pequeño puerto de la ciudad para ayudarlo a transportar lo que había capturado. Fuimos, cargamos y descargamos en su casa, y al marcharnos me señaló el taller de aluminio que se encuentra frente a ésta, y aseguró que era de “*los chinos*”. Observando el enorme letrero de grandes dimensiones pintado en una de sus paredes –*Oriental Aluminio*–, aproveché para hablarle de mi investigación en torno a éstos, y él manifestó cara de duda ante las posibles dificultades que podría tener, pues, a su parecer, éstos son “*fechados*”. Sin embargo, también dijo que podría ayudarme, ya que conocía a algunos académicos con los cuales podría hablar. Asimismo, seguidamente resaltó que la relación entre los caboverdianos con los portugueses, españoles, franceses, alemanes, etc., era muy buena, al contrario que sucedía con los *chinos*. Él nunca había visto a alguno casado con una “*crioula*” (caboverdiana).

Al día siguiente volvimos a encontrarnos y fuimos a tomar un café, y en nuestra conversación reiteró la duda del día anterior. Comentó que estaba pensando en cómo podría ayudarme a entrar en la “*comunidad china*”, pues lo veía complicado ante el

hecho de que ésta era “*fechada*” y que sus miembros tienen una “*estructura jerárquica*” –unos niveles de supeditación y mando– que es contraria a principios como el de la democracia.

Para nuestro primer encuentro con João fui a buscarle a su puesto de trabajo, y al hablarle sobre el tema de mi investigación expuso argumentos contrarios a los de Sabino. Primero destacó que podría hacer un buen trabajo, y después arguyó que los *chinos* se relacionan con muchas personas. Dijo, por ejemplo, que algunos juegan en los equipos de básquet y fútbol de Tarrafal. Más tarde, al encontrarnos en un bar de la ciudad, volvió a referirse a lo mismo, precisando que son personas que conviven muy bien con los caboverdianos, pues sólo recuerda dos problemas en los que estuvieron involucrados, y sucedieron en otros lugares. Igualmente, a diferencia de él que no sabe ni una palabra en chino, afirmó que éstos aprenden el *crioulo* en un periodo de tiempo muy breve y lo hablan perfectamente. De ahí, nos animamos y fuimos a intentar hablar con alguno.

En la calle con más aglomeración de comercios de la Vila de Mangui –tal como se conoce el centro de Tarrafal debido a los manglares que anteriormente crecían en la desembocadura de su ribera hacia el mar–, fuimos directamente a la *loja* de Chang, uno de los comerciantes chinos que según João juega en uno de los equipos de básquet de la localidad, se relaciona con muchos caboverdianos y los trata muy bien. Entramos, y al decirnos su mujer que no se encontraba, João nos presentó e intentó hacerle saber para que queríamos hablar con él. Entonces expresó con asombro que no comprendía muy bien lo que le estaba diciendo, y que era mejor habláramos directamente con su marido.

Al salir de allí nos encontramos con una de sus hermanas, una de las vendedoras informales de frutas y verduras por las calles de la Vila, comúnmente conocidas como *rabidantes*. João me la presentó indicando que era muy buena amiga de una mujer china que tiene un mini mercado girando la calle, y a ella le explicó mi trabajo con la finalidad de que me pusiera en contacto con esta comerciante.

Tras esta conversación nos dirigimos a hablar con el trabajador de una *loja* china que estaba sentado en la puerta, y tras explicarle João que estaba haciendo un estudio

sobre cómo eran las relaciones entre los chinos y los caboverdianos y que, por lo tanto, necesitaba conocerlos y hablar con ellos, éste reaccionó de manera similar a la mujer de la *loja* anterior y dijo que era mejor que habláramos con otra persona.

Pasamos a la *loja* de al lado, había un chico joven que se mostró más receptivo ante las explicaciones de João, pero al cuestionarnos hasta qué punto lo estaba entendiendo, quedamos en volver en otra ocasión para hablar con más detenimiento y así intentar que nos comprendiera mejor.

Finalmente, fuimos al mini mercado de la amiga de su hermana. Entramos, y tras observar por un momento su interior, João me presentó. Su nombre es Jiang, aunque en Cabo Verde ha adoptado el nombre de Marisa (Figura 5 y 6). Tampoco parecía entender mucho, pero fue más propensa a atendernos y nos comentó algunas cosas que destacaré más adelante.

Al día siguiente volví a quedar con João, y al recalcar las dificultades en tratar con los chinos expuso, concordando con la percepción de Sabino de que tienen una “*estructura jerárquica*”, que aquellos que están bajo las órdenes de otros resultan ser menos accesibles, y que probablemente habíamos hablado con los que no debíamos, exceptuando a Jiang, que al ser propietaria del mini mercado, era más proclive a expresarse.

Unos días después, faltando pocos minutos para las siete de la mañana, me encontré con João en la playa y nos dirigimos a la zona donde se disponen los pescadores para buscar a uno que, según él, podría ayudarnos a establecer vínculos con unos *chinos* con los que tiene mucha amistad, pues van a pescar juntos, tienen contratadas a sus hijas, etc. Al dar con el hombre, acordamos que sería João quien hablará ante su posible reticencia, dada la baja posición social de los pescadores. Antes de presentarme, observamos cómo limpiaba las morenas que había capturado durante la noche, y cuando ya llevaba unas cuantas João le preguntó si podíamos vernos más tarde para hablar. El pescador se mostró inquieto. Preguntó si sería sobre la pesca, y al explicarle que era para hablar en torno a los comerciantes chinos, dudó pero al final accedió a encontrarse con nosotros a las diez en un bar cerca de la playa.

Esperando allí, le comenté que sería ideal que este hombre pudiera llegar a convencer a los chinos que conocía ir a pescar con ellos, relacionarnos y ganar confianza, y João dijo: “y, ¿por qué no?, ir a cazar sapos”. Al tener entendido que estos anfibios forman parte de la cultura culinaria de los *chinos*, exteriorizó su repudio, del mismo modo que los siguientes caboverdianos. Cabe decir que el pescador no se presentó ni yo lo volví a ver.

Durante un almuerzo en la pensión, traté de abrir la puerta corrediza de aluminio del restaurante, que estaba descolgada. Recordé el taller de chinos que me enseñó Sabino y le dije a Milsa, una de las empleadas, que probablemente había sido fabricada por los chinos, y ésta respondió: “*chinês gosta di kusas fáxi*” (a los chinos les gusta de las cosas rápidas). Después, mientras comía, estuve acompañado por ella y otra empleada, Nilda, y en un momento la conversación volvió a centrarse sobre los *chinos*. Una expuso que los chinos son “*runhu*” (malo, agresivo) y explotadores, y junto a la otra, manifestaron su repudio a su particularidad culinaria de comer sapos.

Otro ejemplo de la percepción de los chinos como mono-culturales y del repudio de sus prácticas culinarias es el de la conversación mantenida con mi profesora de *crioulo* en la biblioteca de Tarrafal, Nereida, tras haberle explicado que el domingo había ido a comer a casa de un comerciante chino. Ella enseguida sacó el tema de los sapos. Comentó que en la época de lluvias los *chinos* van a coger los que hay en el estanque de la plaza de la ciudad para comérselos, y llamó a la empleada de la limpieza que estaba en otra sala para que confirmara lo que estaba diciendo. Seguidamente, y tras destacarle lo que yo no comía en Cabo Verde (carne, por ejemplo), Ella habló del etnocentrismo existente sobre la alimentación de la gente de otro sitio.

4.1.2. “los chinos están conquistando toda África”

Durante el trayecto, Gracindo, el taxista que me traslado de Praia a Tarrafal cuando llegué al país, me enseñó algunos sitios de referencia, por ejemplo, el Estadio Nacional de Cabo Verde. Al pasar por la zona llamada Monte Vaca, es decir, por la salida de

Praia que conduce al interior de la isla, apuntó hacia el estadio e indicó que se trataba de una construcción hecha por los *chinos*. Este dato me sorprendió poco después de bajar del avión, y aproveché la oportunidad para recabar más información. Le pregunté por otras construcciones suyas y –entre las que recuerdo– nombró el Palacio do Governó y la Biblioteca Nacional, así como también, seguidamente destacó que “*dominan*” el comercio y que al único al único sector al que no han entrado es al de la restauración debido a que los caboverdianos son poco afines a la comida china.

Al avanzar me explicó otras cosas y me indicaba por dónde íbamos pasando, saludaba a conocidos tocando el claxon y alzando la mano, y hacía señas a las mujeres con las que nos cruzábamos. También me habló sobre los agricultores y agricultoras que estaban trabajado a lo largo del camino, pues como generalmente sucede a finales de junio o mediados de julio, entre otras cosas, se planta el mijo o judías. Finalmente, una vez en Tarrafal, al pasar por la calle con más aglomeración de comercios, Gracindo señaló con el dedo manifestando: “*mira, mira al chino*”, y medio riendo prosiguió: “*están por todos lados*”, y contó hasta 10 el número de comercios chinos que, a su parecer, había en esta calle.

Otra manifestación de percepción de invasión y dominio es el de una mujer de unos 40 años de edad secretaria del liceo de la ciudad. Una vez, comiendo en el restaurante de la pensión, pensaba en la dificultad de acceso a los comerciantes chinos, hasta que se acercaron Milsa y Nilda y se pusieron a hablar conmigo. Después, me presentaron a Gandida una conocida suya que pasaba por la calle, a través de las ventanas del restaurante. Entablamos conversación, le expliqué mi trabajo, y al manifestarle el obstáculo con el que me estaba topando, de no conseguir poder relacionarme con los comerciantes chinos, remarcó que ellos “*no hablan porque no les conviene*”. La convidé a pasar al salón y a que se tomara un refresco, y continuó argumentando que “*los chinos están conquistando toda África*”. A su juicio, éste es un continente pobre que, al no contar con la potencia que tienen otros, los chinos se aprovechan y “*poco a poco lo están dominando*”. Asimismo, tras haber destacado que Cabo Verde cuenta con muy pocos recursos naturales, le pregunté si los chinos también se encontraban en el sector de la pesca, uno de los más importantes, y cuestionó: “*dónde será que no están...*”.

4.1.3. “Un producto que cuesta 1300 escudos los chinos lo venden por 1000”

Considerando la situación de los comerciantes locales frente a los *chinos*, Jandira también resaltó que han sido y están siendo perjudicados. Como ejemplo explicó que antes había una *loja* al lado del mini mercado Gilda –el más grande de Tarrafal– de venta de productos alimenticios, bisutería, carpintería, etc., que tuvo que cerrar sus puertas por las dificultades que surgieron ante su presencia. Aseveró que la situación actual del propietario se refleja en su aspecto, pues al estar muy mal, está “irreconocible”, y en comparación de antes, lo único que le queda es un bar que está situado en la plaza, un bar que le da lo justo para comer.

Para Jandira, uno de los factores principales que comporta que los comerciantes locales se encuentren en desventaja frente a los *chinos* es el mismo que, por otro lado, beneficia a la población, es decir, los bajos precios de sus productos. Por ejemplo, dijo: “Un producto que cuesta 1300 escudos (11.80€) los chinos lo venden por 1000 (9€)”.

Al plantearle estas opiniones a João concordó con Jandira, y anotó que el perjuicio de los comerciantes locales ante la presencia china supuso un debate que fue emitido el año pasado por la televisión. Seguidamente, también agregó que la mayoría de *lojas* antiguas han cerrado, que solo quedan unas pocas que venden comidas preparadas, cosas que no venden los *chinos*. Según él, otras *lojas* que han podido mantenerse en el mercado son aquellas que han podido competir poniendo sus precios al mismo nivel que éstos, o incluso mucho más bajos, tal como lo hizo Gilda.

Al referirse a esta comerciante, le comenté que a la hora de la comida ella se acercó y se sentó a comer conmigo, y no dijo nada cuando le explique qué estaba haciendo un trabajo en torno a los comerciantes chinos, y entonces me aconsejó que cuando volviera a tener la oportunidad le preguntara de la siguiente manera: “Gilda, ¿cómo es tu negocio en medio de tantos chinos?, ¿Cómo te zafas en medio de todos esos comercios?”

4.1.4. Los *chinos* “se asocian” entre ellos para comprar en grandes cantidades

Otro aspecto destacado que pone en desventaja a los comerciantes locales ante los *chinos* es la estrategia de éstos últimos de asociarse para abastecerse.

Una noche, João me convidó a visitar a uno de sus cuñados, a Vindo, de aproximadamente 30 años de edad. Éste tiene un pequeña *loja* de venta de productos como ropa, zapatos, higiene y belleza, etc., y en la parte trasera tiene su casa. Allí nos recibió amablemente, y una de las cuestiones que trató tras hablarle sobre mi trabajo, fue la de dicha estrategia. Aseguró que los *chinos* “se asocian” entre ellos para comprar en grandes cantidades, ya que de esa forma les hacen descuento y, consecuentemente, pueden ofrecer mejores precios, por ejemplo, materiales escolares en un establecimiento de mayoristas libaneses en Praia llamado Khyn Negoce. Jandira también destacó esta estrategia, aunque hizo referencia al abastecimiento de productos de alimentación.

Otra conocida de João, un día tomando café, nos explicó que los *chinos* se juntan entre varios para comprar productos como arroz, y después otros comerciantes locales como Gilda van a comprar y se encuentran que queda poco y a un precio más elevado. Ese mismo comentario lo hizo la propietaria de un restaurante al cual fui a comer en una ocasión con Sabino, y que también es esposa de un comerciante que tiene una *loja* de productos de alimentación. Sin embargo, cabe argumentar que, como veremos más adelante, cuando los comerciantes locales hablan del abastecimiento en grupo de los comerciantes chinos, no destacan que ello provoque que se queden sin productos.

4.1.5. Los *chinos* reciben ayuda de su país y cuentan con privilegios en Cabo Verde

Varias ventajas con las que cuentan los *chinos*, gracias al gobierno de su país y al de Cabo Verde, también son criticadas.

La primera es expuesta por Vindo. Según él, los *chinos* cuentan con un subsidio de su gobierno para ir a vivir al extranjero, ya que en China “*hay muchos*”⁷. Sin embargo, cabe decir que el tema de la emigración china en relación con la superpoblación del país no está contemplado en las investigaciones mencionadas anteriormente⁸.

La segunda se trata de la ventaja de fácil acceso, y también es expuesta por Vindo. Al hablarnos de su negocio, comentó que le gustaría traer nuevos productos, pues los que tiene son restantes de antiguos surtidos. Para ello le gustaría ir a la “*fuerate*”, al lugar donde los fabrican, por ejemplo, a los Estados Unidos o China, ya que le gusta escogerlos a él mismo. De esta manera, al cuestionarnos los requisitos para poder entrar en este último país, sostuvo que debido al hecho de que el gobierno de la República Popular ofrece “*carros*” militares al gobierno, los *chinos* pueden acceder sin limitaciones a Cabo Verde.

Jandira también apuntó que como resultado de la estrecha relación entre ambos países los *chinos* son muy bien recibidos, y expuso la tercera ventaja: el privilegio de exención de impuestos, que en su opinión, permite una entrada sin limitaciones de sus productos, y ello lo contrapone al caso de un amigo que quiere traer un coche desde el extranjero y no puede debido a que es igual de caro que comprar uno nuevo.

4.1.6. Los chinos son “*spertus*” (astutos)

Manifestando rechazo, igualmente Jandira hizo hincapié en la “*sperteza*” de los comerciantes chinos de captar el gusto y la moda local. Haciendo referencia a lo que llevaba puesto, afirmó que al entrar a una *loja* los chinos se percatarían, por ejemplo, del jersey y los pendientes, para después reproducirlos e importar grandes cantidades de ellos.

⁷ Tomo en cuenta la forma narrativa a la que se refiere *Filho*, y que es un sistema de comunicación oral que él llama de sistema de rumores, “e que se resume a estórias de conteúdo variado cujo caráter se aproxima do boato (noticia anônima e não confirmada que é divulgada no domínio público) e da intriga, e cujo alcance oscila entre um grupo restrito de pessoas até a totalidade do campo social [...]” (1993:2).

⁸ Por ejemplo, véase Pieke (2007).

Vindo también subrayó que los *chinos* cuentan con la agudeza de saber todo lo que han de comprar, y esto se debe a que “*analizaron el mercado*”. Según él, saben cuál es el producto que mejor salida tiene cada mes. Por ejemplo, saben cuándo son las fiestas de las localidades, fiestas como la de carnaval o, en tono burlesco, incluso los bautizos; y si alguien les pregunta por algún producto y no lo tiene, la próxima vez lo tendrán. Asimismo, dijo que estudiar el mercado también les permitió darse cuenta de que el “*material*” que importaban de China era malo y pasar a comprarles a los libaneses de Praia, o percatarse de que los productos alimenticios daban dinero y concentrarse en su venta.

Por otra parte, cuando João le explicó a Vindo la investigación que estaba realizando, sonrió insinuante y comenzó a hablarnos sobre los *chinos* concordando con las percepciones de Sabino. Manifestó que los *chinos* no se integran en la sociedad caboverdiana, tal como haría él si fuera a vivir a España, que van de acuerdo con su cultura vayan donde vayan. En cuanto a su interacción, dijo que no “*ofrecen intimidaciones*”, tales como las de invitar a comer a sus casa o visitar las de los caboverdianos, ir a pescar o jugar cartas, etc. Un día al intentar abrazar uno amistosamente, éste lo rechazó, y le espetó que los *chinos* no eran como ellos. Aún así, Vindo también recalcó que los *chinos* le respetan, y puso como ejemplo el hecho de que una vez uno le regaló un cuadro antes de marcharse a China. De igual modo, dijo que teniendo presente que “*el ‘relacionamiento’ no es íntimo*”, los *chinos* no confían en nadie. Por ejemplo, si han de ir al baño y no hay ninguno de ellos en la *loja* la cierran, o también, no cambian fácilmente los productos que la gente compra, “*ni siquiera con la policía en medio*”. A su juicio, los *chinos* son “*spertus*”, ya que lo único que les interesa es “... ‘*prokurar*’ (*procurar*) *dinero*”. Para dar a entender esto explicó que creó un programa para vender el día de los enamorados y, al cierre, los *chinos* se acercaron a su tienda y le expresaron su sorpresa ante el éxito que había tenido”.

Una tarde, tomando café en un bar de Tarrafal junto con João, me presentó al doctor Ernesto, un cirujano que trabaja en el Hospital de Santiago Norte, en el *concelho* de Santa Catarina y cuya sede es la ciudad de Assomada. Él se encontraba en otra mesa, pero rápidamente nos sentamos a su lado, ya que –tras haberle explicado que estaba realizando un trabajo en torno a los comerciantes chinos– nos informó que conocía al

presidente de la *Associação de Comerciantes Chineses da Assomada*⁹, a Chobo¹⁰. Sin embargo, justo cuando nos iba a comenzar a explicar más sobre él se acercó Nelson, un joven profesor de inglés amigo suyo. Lo saludamos, y tras Ernesto pedirle que me presentara a “algún chino”, arguyó con soltura que no le caían bien, y lo reafirmó después de que le recomendara amistosamente que no era idóneo expresar su opinión de la forma en que lo había hecho. Para justificar su actitud, Nelson argumentó que una vez compró una caja de leche en una *loja china*, que al saberle mal regresó al establecimiento para decírselo al *chino* que allí se encontraba, y éste le atendió respondiéndole que no era la leche la que estaba estropeada, sino más bien su cabeza. En consecuencia, y reproduciendo el movimiento de alzar el brazo y apretar el puño para asestar un golpe, le fue a pegar, pero un amigo suyo lo contuvo. Todos reímos.

A continuación, Ernesto planteó el caso de un amigo suyo. Explicó que éste compró un DVD en una *loja china* –enfaticando que se trataba de tecnología de muy baja calidad–, que no funcionaba, y que al ir a cambiarlo no se lo aceptaron porque se trataba de un producto que se vende sin ninguna garantía. Así pues, su amigo agarró el ordenador portátil que el *chino* tenía encima del mostrador, y amenazó con no dárselo hasta que le devolvieron el dinero.

João también expuso el incidente que tuvo en torno a la compra de un reloj de sala. Comentó que un día dio dinero a su hija para que fuera a comprarlo, advirtiéndole que, sobre todo, no fuera de cocina. Ella fue y realizó el recado, pero pese a haber destacado en la *loja china* la indicación de su padre, al regresar a casa descubrieron que dentro del paquete había un reloj cuya decoración se fundamentaba en distintas frutas. Su hija regresó para que se lo cambiaran, pero al decirle que no era posible y que, además, todos los relojes funcionaban de la misma manera, volvió a casa llorando. Entonces, él fue directamente a presentarse a la *loja* y amenazó con llamar a la policía, y le devolvieron rápidamente el dinero. Lo hicieron, ya que afirmaron que no querían problemas.

⁹ A él me referiré más adelante.

¹⁰ Nombre verdadero ante el cargo que ostenta.

Ante la compra de un abanico que estaba roto al abrirlo, Nelson también describió y teatralizó la respuesta que le dieron al quejarse. Detalló que el *chino* de la *loja* preguntó cómo había utilizado el abanico, y tras contestarle que agitando el brazo con más o menos intensidad, el *chino* refutó que fuera así, sino más bien de forma contraria, es decir, dejando quieto el brazo que sustenta el abanico, y agitando la cabeza. Por la historia y la forma en que imitaba al *chino*, probablemente nuestras carcajadas se escucharon desde lejos.

Por último, la “*sperteza*” de los comerciantes chinos de manipular los productos es otro rumor ante el cual cabe detenerse. Vindo, fue uno de los primeros tarrafalenses en comentarnos que éstos mezclan los sacos de arroz con otros de mala calidad, o sustraen parte de su contenido y los venden como si estuvieran completos. Esto lo escuché frecuentemente, como el día que fui a cenar con Sabino por parte de la propietaria del restaurante, o en otra ocasión por parte de Nereida tras explicarle a uno de los empleados de la biblioteca el trabajo que estaba realizando. Cabe decir que éste también comentó que un día tuvo que llevar a su mujer al hospital después de consumir unas patatas congeladas para freír que compró en los *chinos*, “*patatas falsas*”.

4.1.7. Los *chinos* importan productos de muy baja calidad

Sobre los productos que los comerciantes chinos importan desde China, Jandira también dijo que en comparación con los productos que éstos importan a otros países, los que importan a África son de muy baja calidad. Sin embargo, también destaca el aspecto positivo de que éstos sean tan baratos, pues posibilita que las poblaciones como la caboverdiana tengan acceso a muchas cosas que antes no podían permitirse (Figura 7 y 8).

Una de las visiones negativas sobre éstos, la aporta una amiga de Nereida en la biblioteca, al finalizar mi clase de *crioulo*. Al hablarle sobre mi tema, ésta comentó que los *chinos* son “*unos explotadores*”, ya que pagan muy poco a las trabajadoras

teniendo en cuenta la cantidad de horas que tienen que hacer, es decir, teniendo en cuenta que cobran 6000 *escudos* (54€) por trabajar desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la noche. Seguidamente, Nereida expresó que son “*runhu*”, su amiga que son tales, de nuevo Nereida que son no sé qué, y así sucesivamente. Entre los comentarios negativos que recuerdo, es el de la amiga de Nereida sobre la poca durabilidad de los productos chinos, tales como las chanclas que llevaba puestas. Dijo que si iba a comprar otras como éstas al cabo de poco tiempo iban a estar rotas. Este último comentario contrasta con los que expondré a continuación.

Ante la propuesta que le hicieron a João de ser el padrino de una pareja que se iba a casar, lo acompañé a comprar unos zapatos para la ocasión. Fuimos a una *loja* que nos sugirió su hermana, la *rabidante*, una *loja* donde venden productos supuestamente importados de Estados Unidos, y que se llama Boutique América, aunque cambió su nombre a “China-América”. Allí, João compró unos zapatos que costaron 3300 *escudos* (30€), y que nos parecieron de buena calidad, hechos de cuero, cómodos y con buena suela. Sin embargo, caminando por la calle dos días después se soltó la suela de uno de ellos, y João se irritó y quiso ir a cambiarlos de inmediato. Decía que unos zapatos de ese precio no podían dañarse de esa manera (además, cabe tener presente que por dentro del zapato parecía no haber nada, solamente una capa fina que separaba el interior, donde se encuentra la plantilla, del exterior, donde se encuentra la suela). También, que si los hubiera comprado en un *chino* seguramente le habrían durado más y que le habrían costado muchísimo menos. De camino hacia la *loja* se encontró con un amigo y le explicó indignado lo que le había pasado, reiteró su impresión, amenazando con que sin no se los llegaban a descambiar iba a acudir a la policía.

4.2. “Vida di comerciante sta fastidiada pá”

4.2.1. Antes no había mucha “concorrência” (competencia)

Uno de los primeros comerciantes que entrevisté en compañía de João fue Ildo, de 50 años de edad y propietario de una *loja*¹¹ que abrió hace 33 años y que cuenta con un capital actual de 500 “contos” (500,000.00 escudos)¹². Allí trabajó su padre y a causa del fallecimiento del propietario original, pudo comprar los productos que contenía y hacerse cargo. Él, al aceptar nuestra propuesta de realizarle una entrevista acerca de la presencia de los comerciantes chinos, nos atendió tras el mostrador del establecimiento y aseguró que, además de contar con la ventaja de tener exención de “*Alfândegas*” (aduana), no pagan. Ante la ayuda que ofrece el gobierno de China al de Cabo Verde, por un lado, sugirió que no lo critica dado el beneficio que ha comportado tal ayuda –por ejemplo, en construcción de instalaciones–, pero, por el otro, que los comerciantes locales han sido los más perjudicados.

Ildo enmarcó las quejas de los comerciantes locales en el cierre de EMPA, la empresa pública de abastecimiento¹³, que se produjo inmediatamente antes de la

¹¹ Así como a partir de ahora haré con otros, trato este local como *loja*, pues tal como el término implica, y aunque muchas personas lo utilicen para referirse a los mini mercados, es un establecimiento pequeño y contiene un mostrador que separa la sala de ventas de los artículos de venta. Se trata de una forma de comercio que es opuesta al comercio en régimen de libre servicio, donde el consumidor se acerca a los productos, los elige y los lleva hasta el mostrador donde se realiza el pago, tal como más adelante se podrá apreciar que sucede con los mini mercados.

¹² Si un “conto” equivale a 1.000 escudos caboverdianos, es decir, unos 9 euros, 500 “contos” son aproximadamente 4600.00 euros.

¹³ Según una noticia del diario *A Semana* del 25 de abril de 2008, esta empresa ... foi criada três meses depois da Independência Nacional, com a tarefa de importar, distribuir e comercializar produtos alimentares básicos e outros essenciais à economia nacional. De 1975 a 1991, a mesma teve um percurso brilhante, com uma estrutura pujante e sólida em todo o território nacional. Mas a empresa Pública de Abastecimento começaria a decair com a mudança política de 1991, na sequência das orientações económicas neoliberais introduzidas pelo então governo do MpD [Movimento para a Democracia], que afastaram o Estado da esfera produtiva e deram novo protagonismo ao sector privado. Com efeito, à EMPA foi retirada da monopólio na comercialização de muitos produtos que geravam bons lucros, passando a empresa a comercializar quase que exclusivamente os produtos de ajuda alimentar. Como consequência, passou a ter resultados negativos a partir de 1993, até que o decreto-lei nº 28/2002 de 2 Dezembro do mesmo ano [dictaminó liquidarla].

“liberalización del comercio” (aunque este fue un proceso que comenzó tras la entrada al poder del MpD, tal y como destaca el diario *A Semana*, así como también Horta y Malet [2014: 56]) y, en consecuencia, la posibilidad de acceso de nuevos agentes económicos a la actividad comercial que fomentaron la competencia: aquellos que tenían más dinero contaron con la posibilidad de comprar más, de obtener licencias de importación..., es decir, pudieron hacer frente a los establecimientos comerciales que fueron surgiendo, mientras que aquellos más *“débiles”*, los propietarios de grandes *lojas* antiguas ubicadas en Praia, tales como la *loja felicidade*, *Servan*, *Galerias*, etc., tuvieron que cerrar sus puertas.

Se trata de Edmilson, el ex propietario del comercio del cual me había hablado Jandira. Una tarde al encontrarlo sentado junto con unos amigos en la terraza del bar que regenta, me senté con João en la mesa de al lado y pedimos unas bebidas. Tras un rato charlando de distintas cosas sin que el hombre se percatara de nuestra presencia, João se acercó, le explicó quién era yo, qué estaba haciendo, y le preguntó si podíamos hablar un momento. Éste, asintió de buena gana, aunque quedó asombrado. Preguntó quién sugirió que me dirigiera a él, en el sentido de quien me había hablado sobre su historia y situación. La propuesta que le hice provocó cierta reticencia, no obstante sugirió que regresáramos otro día. Sucedería una noche poco antes de finalizar el trabajo de campo, ya que pospuso el encuentro varias veces que nos acercamos. No quería ser entrevistado, pero logramos convencerlo.

Edmilson, de 55 años de edad, tenía una *loja* grande que abrió en 1995, situada justo al mini mercado de Gilda, y con la que progresó hasta abrir otras dos en Tarrafal y una más en Calheta –ciudad situada en la costa este de la isla de Santiago. Según él, para aquel entonces el negocio era mejor debido a que no había mucha *“concorrência”* (competencia), no habían demasiadas *lojas*, solo unas pocas que lo *“monopolizaban”* todo; pero a medida que aparecían los clientes comenzaron a acudir a estas, o incluso se convirtieron en propietarios de una y, por lo tanto, el volumen de venta fue disminuyendo, *“fiko mais poku”* (fue a menos).

El objetivo de su primera *loja* fue el de crear una diferente a todas las demás, y esto se fundamentó en tener variedad de productos que compraba a comerciantes chinos en

Praia, para que la gente no tuviera que ir a otros sitios a buscar aquello que en Tarrafal no encontraba. Con el tiempo, los comerciantes chinos también fueron abriendo *lojas* en la ciudad e, igualmente, comportaron que cada vez menos clientes acudieran a sus *lojas*, pues vendían productos más baratos que importaban directamente desde China, y agregó: ahora venden productos procedentes de otros lugares, por ejemplo, alimenticios, es decir, *“complica ainda mais”* (complica aún más). A su juicio, los comerciantes chinos han supuesto que muchas *lojas* cierran o que vendan poco, que están contribuyendo a la decadencia del comerciante local. Esta era una cosa previsible, y si hubiera tenido capacidad financiera también habría fijado precios competitivos.

El año pasado fue cuando cerró definitivamente, pues no pudo afrontar el pago de los alquileres de los establecimientos, un crédito bancario de tasa alta, impuestos, luz, empleados, etc. Asimismo, dijo que aquellos comerciantes que lograron *“sobrevivir”* ganaban poco o contaban con pocos *“compromisos”* (gastos, deudas...), como Gilda. A su juicio, ella es una de los que ha logrado *“sobrevivir”* gracias a ser propietaria del local donde tiene su comercio, y contó con capital: en el momento en el *“todo el mundo bajó, ella subió”* al conseguir dinero tras la venta de unos terrenos.

4.2.2. *“concorrência”* y poder de compra *“fraku”* (débil)

A través de la valorización de la situación actual del negocio y de las dificultades con las que se encuentra gran parte de los comerciantes de Tarrafal y de Tchon Bon, dedicados mayormente a la compraventa de productos alimenticios, quedan manifiestos los severos efectos de la liberalización del comercio, es decir, competencia y escasez de dinero. Éstos tan sólo suplen gastos o se hallan ante la limitada posibilidad de mantener o invertir en sus comercios.

Referente a su propio caso, Ildo comentó que el negocio *“está un poco bajo”* y volvió a considerar que hay mucha *“concorrência”*, que aquel que es más fuerte tiene más posibilidad de compraventa, y que *“los grandes comerciantes son los que mandan”*. Por otro lado, también detalló que la gente hace una compra y paga cuando puede, es

decir, que depende del crédito al cliente. Dijo que hay veces que la gente no paga, otras que pasa alguien y paga 5 “contos” (5000 *escudos*), pero que pasen todos los días a liquidar deudas “*es difícil*”. Igualmente, que su mayor entrada de dinero fue gracias a una ONG danesa que se llama Bornefonden. Ésta permitía que las familias carenciadas fueran a comprar a su loja, y él cada mes les enviaba la cuenta y le pagaban. Fue un contrato que inició el año 2003, y que duró cerca de 10 años.

Otra comerciante que destaca como condicionantes la competencia y escaso flujo de dinero es la propia Gilda. Ésta tiene 61 años de edad y es propietaria de varios negocios que conllevan a considerarla una de las grandes empresarias de Tarrafal. En la entrevista que le realicé en un bar, tras proponérselo un día que entré a comprar a su mini mercado, explicó que, justo en el edificio donde actualmente vive y tiene su comercio, a la edad de 24 años comenzó con una casa y una *loja* pequeña, y poco a poco fue progresando.

Hay que mencionar, además, que a diferencia de los mini mercados de los otros comerciantes y sobre todo de los mini mercados de los chinos, se podría decir que el de Gilda es el más grande de Tarrafal y de Tchon bon, ante algunas características como las siguientes: 1) Como se podrá ir apreciando, entre los comercios de los propietarios locales éste es el que cuenta con un capital más alto, actualmente con uno de 5000 “contos” (5, 000,000.00 *escudos*, es decir, unos 46,000.00 euros); 2) es el único que tiene cajas registradoras así como el único donde se acepta el pago con tarjeta; 3) cuenta con mayor número de empleados contratados: dos que se encargan de labores como la realización del cobro y dos que se encargan de labores como la limpieza; en el caso de los comercios de propietarios chinos suelen trabajar estos mismos junto con un empleado de igual procedencia, y dos caboverdianas; y, en los de los propietarios locales, tan sólo ellos debido a que pocos pueden contratar a una empleada; 4) este establecimiento tiene mayor número de pasillos clasificados por naturaleza de productos y secciones mejor distribuidas; 5) los muebles donde se exhiben los artículos son de mayores dimensiones, ocupan un espacio longitudinal más grande, y el número de cámaras frigoríficas de productos refrigerados y congelados también es superior; 6) La variedad de artículos es más amplia, y también se pueden comprar quesos y embutidos que los demás no venden.

Hechas estas precisiones, cabe decir que al valorar la situación de su negocio Gilda consideró que no tiene ganancias, que el negocio tan solo supe gastos (como el de la luz o el salario de los empleados). Señalo, por un lado, que en Tarrafal no hay mucho dinero, que hay poco trabajo y, por el otro, *“competición de muchos chinos”*.

Otra comerciante, Fátima, de 65 años de edad, propietaria de un comercio en Tchon Bom –ferretería y mini mercado– que se encuentra abierto desde hace aproximadamente 50 años y que, según mi amigo João, fue uno de los más importantes de la zona, nos comentó que el capital actual del negocio es *“zero”* debido a que solo tiene cosas que han quedado obsoletas y no consigue invertir en nuevas. Para sustentar sus palabras, nos mostró algunos de los productos de la ferretería y de los almacenes que, pese a contar con precios reducidos, no había conseguido vender: cajas de anzuelos para pescar oxidados, tejidos, camisas, libretas escolares que va regalando a los niños, cajas de bolígrafos que ya no pintan, cajas de lápices, cajas de gomas de borrar, etc. Asimismo, nos llevó a ver algunos de los productos que tenía expuestos en el mini mercado y que, a diferencia de la cantidad de artículos expuestos en los muebles de los mini mercados de los comerciantes chinos o el de Gilda, eran unos pocos ejemplares de cada tipo, más bien, y de un nivel diferente al de los expuestos en las *lojas* del resto de comerciantes entrevistados. Señalándonos algunos de éstos, manifestó que, en comparación de las grandes compras que hacía antes, ahora tan sólo compra una caja de cada producto. A su juicio, debido a la competencia actual *“el negocio no funciona”*, hay muchas lojas, con la entrada de los chinos *‘fiko zero’* (se quedó en nada). Su situación es grave, no consigue hacer frente a pagos como el de los impuestos o el de la luz; para poder abastecerse en ocasiones tiene que pedir dinero a los hijos que están en el extranjero; y, así como ha hecho con otros empleados, está buscando trabajo en otros sitios a los que todavía tiene contratados.

También Arlindo, un comerciante de 46 años de edad que hace 14 abrió una *loja* que cuenta con un capital actual de 2000 *contos* (2,000,000.00 *escudos*), hace hincapié en varios de los mismos aspectos. Éste, que nos invitó a hablar en el salón de su casa –al parecer el de una familia bastante acomodada en comparación con los de otras casas de Tarrafal– aseguró que después de que los chinos vinieran a la ciudad el negocio se puso *“mareado”* (malo).

Otro comerciante que también hizo hincapié en la falta de dinero entre los consumidores y que, en consecuencia, limita su posibilidad de mantener/invertir en el negocio, es José, propietario de 50 años de edad de una *loja* con un capital de aproximadamente 500,00.00 *escudos*. Dispuso una silla para que me sentara frente a él en la mesa que tiene a modo de mostrador –ya que su establecimiento no cuenta con uno que separe la sala de ventas a los artículos de venta, sino que más bien está estructurado de forma similar a los de los mini-mercados– y, ante la valoración de su situación actual como comerciante, argumentó que piensa que antes de fin de año va a cerrar. En sus propias palabras, “...’*ka ta da, ka ta da’ (no da, no da), el poder de compra ‘sta fraku’ (débil)*”. Aseguró que tiene “*pérdidas*”, “*perjuicios*”, que en ocasiones los productos se pasan de plazo al no poder venderlos, así como que tampoco puede aspirar a conseguir un préstamo porque las tasas son muy altas. Dijo que tendrá que optar por otra área, ya que el negocio “*no da para avanzar*”.

Otro que concuerda con Gilda al reflejar que con las ganancias de su negocio tan sólo cubre gastos, es Marcio, un nigeriano de 37 años de edad y que hace 8 que viajó a Cabo Verde para buscarse la vida. Actualmente tiene un pequeño establecimiento en el que realiza trabajos de costura y, entre otros productos, vende ropa y calzado. En la entrevista que le realizamos en uno de los bares de Tarrafal comentó que lo que gana da para sustentarse, es decir, para pagar el alquiler, la luz, la alimentación, el mantenimiento de su hijo y mujer, etc., es decir, que el negocio le “*da para vivir*”.

Neusa, una comerciante entre los 55 y los 60 años de edad que también nos atendió tras el mostrador de su pequeño establecimiento, destacó que el negocio ahora está “*mau*” (malo), que ahora se trata de recibir dinero y pagar o, en otras palabras, que el dinero entra y sale, pues cuando vende una cosa compra otra, y cuando no tiene que comprar paga un “*compromiso*” (gastos, deudas), por ejemplo, la luz. Anotó que no gana ningún beneficio o es ínfimo.,

Por su parte, Julio, de 38 años de edad y que hace tres tiene una pequeña *loja* de cuyo capital no tiene conocimiento, explicó tras el mostrador que el negocio está “*más o menos*” y, también coincidiendo con Gilda, que toda la gente se queja porque todo está mal, que no hay dinero.

Finalmente, otra comerciante que indica que el negocio está “*más o menos*” es Alcidia, de 56 años de edad y propietaria de una loja en Tchon Bom que existe desde hace mucho tiempo, aunque ella la comenzó a regentar desde hace 7 años invirtiendo un capital de 80 “*contos*” (80,000.00 *escudos*). Ésta, expuso que le falta dinero para comprar mercancía, que el dinero para reabastecer el negocio está “*mareado*” y, al igual que Fátima, que depende del dinero que le mandan los hijos desde el extranjero.

Asimismo, cabe destacar que justo en el momento de entrevistar a esta última comerciante y a Fátima, en Tchon Bon tan sólo había una *loja* de propietarios chinos con variedad de productos como ropa y calzado, pero en el pasado, según ellas, hubo mini mercados de propietarios chinos (al parecer, dos en distintos periodos). Ante éstos, Alcidia tuvo ‘*dificuldade di mais*’ (mucha dificultad), ‘*fiko grave*’ (se puso grave), “*el negocio no era nada... casi cierra la puerta*”, y tras su salida de Tchon Bon debido a que “*no vendían*” y “*no les llegaba para pagar el alquiler*”, también destacó que “*gracias a dios [el negocio] mejoró ‘txeu própi’ (realmente)*”. Por su parte, Fátima explicó que debido a que sus productos eran más baratos las ventas cayeron, y que ahora que no hay ningún mini mercado de comerciantes chinos es un “*bocadinho melhor*” (un poco mejor). Igualmente, al preguntarles qué pasaría si volvieran a abrir uno de nuevo –tal como se evidenciará más adelante que sucede pocos días después–, la primera asegura que si las ganancias que consigue le dan para comer, pagar impuestos, luz, etc., va a continuar con la *loja*, y si no tendrá que cerrar como lo tuvieron que hacer la *loja Minda, Miguel, Saturnina*... Por su parte, la segunda consideró que su situación empeoraría mucho más de lo que está ahora.

4.2.3. Impuestos altos, luz cara: dificultades debido a factores locales

La dificultad para afrontar el pago de impuestos y de servicios como la electricidad¹⁴ también son factores locales fuertemente sentidos por estos comerciantes.

¹⁴ Tal como me comentó una vecina portuguesa que acababa de abrir una pequeña panadería a la que muchas veces fui a desayunar, la energía en Cabo Verde está considerada como una de las más caras del mundo. Me explicó que se llevó un gran disgusto ante la suma de dinero que le cobraron en la primera

Alcidia nos expuso que está pagando impuestos, luz... y *“hay veces que marea”*. En relación a los impuestos, Marcio dice que paga mucho. Asimismo, concreta que se ha de pagar, dependiendo del tipo de negocio, a finanzas y a la Câmara Municipal. En su caso, en total paga a estas dos instituciones 12.000 escudos, y asegura que a diferencia de otros él consigue pagar.

Por su parte José remarca que en Tarrafal los impuestos han aumentado mucho más que en otros sitios, que cada año aumentan y *“hay muchos lugares en los que vez que el ‘negócio já kai’ (que el negocio se está cayendo)...”*. Dijo: *“los fiscales no van al terreno y no se dan cuenta de la situación”*.

Arlindo también hace énfasis en el aumento de los impuestos. Explicó que antes pagaba a finanzas 7500 escudos y subió a 20.000 por año, así como que, por un lado, cada 3 meses tiene que llevar el *“libro de ventas”* a finanzas para que le cobren un 5% de todo lo que ha vendido¹⁵ y, por el otro, tiene que pagar Câmara Municipal do Tarrafal 12.500 escudos¹⁶. De igual modo, que si los comerciantes hacen 100 “contos” de compra (100,0000.00 escudos) les cobran un 15% de IVA por cada

factura que recibió, pues a diferencia de muchos panaderos que elaboran sus productos en horno de leña, ella lo hacía indiferentemente en horno eléctrico. En una publicación del 20 de febrero de 2015 del diario *A Nação*, se informa que *“Cabo Verde é considerado o país com energia eléctrica mais cara do mundo”*, y el presidente de la Agência de Regulação Económica, Renato Lima señala que *“uma das razões objectivas para essa tarifa tem a ver com o preço líquido dos combustíveis”*. En su estudio titulado como *Contribuição para as Decisões de Investimento na Energia Eólica em Cabo Verde*, Freire también afirma que: *“O sistema produtor eléctrico Cabo-Verdiano é considerado um dos mais caros do mundo, visto que, a grande maioria (cerca de 97%) da produção da energia eléctrica em Cabo Verde depende fortemente de combustíveis fósseis. A insularidade do país, a deficiência na produção e distribuição, são também alguns dos factores que contribuem para a deficiência deste sector”* (2010:2).

¹⁵ Antonio, *Chefe da Repartição de Finanças* (jefe de la oficina de impuestos) de Tarrafal, me enseñó que los impuestos que han de pagar los comerciantes de las *lojas* y mini mercados son: el *Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) de Regime Simplificado* (impuesto sobre el valor agregado (IVA) de régimen simplificado) y el *Imposto único Sobre os Rendimentos (IUR) pelo método da estimativa* (impuesto sobre la renta por el método de estimación). Sobre el primero hace referencia Arlindo, y es simplificado porque los contribuyentes no presentan contabilidad y el volumen de ventas no llega a los 5000 mil contos (5,000,000.00 escudos). Asimismo, es trimestral, la tasa es de un 5% sobre las ventas que los propios comerciantes registran durante un periodo de tres meses. El segundo, también recae sobre los contribuyentes que no tienen una contabilidad organizada, y la tasa es del 15% sobre las ventas que se registran. Se paga en dos momentos, un 30% en enero, y el 70% restante en julio (entrevistas, 13 de agosto y 02 de octubre).

¹⁶Adelberto, Vereador de administração e finança (concejal de administración y finanza) de la Câmara Municipal, nos explicó que a cada clase de negocio se le cobra un impuesto que es fijo, solo varía si se produce un retraso en el pago del mismo (entrevista, 19 de septiembre).

producto¹⁷. Él no sabe por qué el estado cobra ese 15%, y protesta, ya que tiene hijos, tiene que pagar al banco, a la empleada, la luz, el agua, etc., y muchas veces no lo consigue. Dijo que *“el gobierno todo lo que tu consigues te lo coge, no da...”*, que de luz cada mes paga 30.000 escudos; también, que el gobierno no ayuda porque cuando aplica todo ese tipo de impuestos *“acaba con el comerciante”*. Una frase suya que recogí y que podría resumir la situación de los comerciantes locales ante estos problemas, así como por factores como la competencia china, es con la que he titulado este apartado: *“Vida di comerciante sta fastidiada pá”*.

Otro que destaca que hay *“muchos impuestos”* es Ildo. Éste, tras decir que si bajasen podría llegar a tener capital para poder competir con otros comerciantes, comentó que otras dificultades con las que se topa son *“algunas cosas”* con costes elevados como la electricidad.

Neusa y Julio son dos comerciantes que también coinciden que tanto los impuestos así como la luz están caros; la primera enfatizó que ante tales gastos *“está haciendo mucho esfuerzo para no caer (para no tener que cerrar)”*, y el segundo reveló que la luz *“este mes vino más cara todavía”*, que vino de 15.000 escudos, y para él es difícil afrontar este tipo de pago, ya que vive con su hija.

Finalmente, ir a surtirse a Praia es otra de las dificultades. En su caso, Alejandro explicó que si es a partir de 100, 300 o 500 contos (500.000,00 escudos) sale a cuenta si no, no puede porque ha de pagar 4000 escudos de gasolina, desayunar, comer, perder un día de trabajo en la *loja*, etc. Por tanto, tal como les sucede a muchos comerciantes, dijo que ha de realizar compras en otros de Tarrafal, y algunas de las cosas las adquiere en los *chinos*, concretamente en uno cuyo propietario se llama Uda, y que *“es casi el representante de los chinos”* en la ciudad, pues construyó un edificio que está cerca de la plaza y tiene casas en otros lugares de la isla. Arlindo también comentó que para él es complicado ir a comprar a Praia porque no tiene *“carro”*, y si paga a un hiacista (un conductor de hiace) para que le traiga los productos le cuesta mucho dinero. Una de las tarifas de esta última opción nos la aporta Julio. Éste apuntó que paga 1500 escudos por tres plazas de un hiace que ocupa la mercancía y, por lo

¹⁷ Se trata del IVA Soportado, y que trataré más adelante.

tanto, ha de poner los precios 5 o 10 escudos más caros que en los comercios chinos para compensar el gasto.

4.2.4. Los comerciantes caboverdianos están “desorganizados”

La estrategia de los comerciantes chinos de asociarse para abastecerse en los establecimientos mayoristas de Praia es una de las ventajas competitivas frente a los comerciantes locales que varios de éstos mismos ponen en relieve (Gilda, José, Arlindo, Alcidia y Edmilson). Aseguran que de esta forma reúnen mayor capital y compran en grandes cantidades que les benefician en la obtención de descuentos para, en consecuencia, poder vender más barato, por ejemplo, un saco de arroz o de azúcar que vale 2000 escudos por 1800, tal como explicó Antonio. Durante una comida a la que me invitó el presidente de la *Associação de Comerciantes Chineses da Assomada*, Chobo, un amigo suyo también de origen chino corroboró que ellos se juntaban para comprar, a diferencia de los caboverdianos que prefieren hacerlo individualmente. Igualmente, en una conversación con el marido de la comerciante china que regenta el mini mercado donde hice parte del trabajo de campo, éste aseguró lo mismo, que compra junto con otros compañeros, pero no quedó muy claro si productos chinos para la ferretería que tiene en Assomada, o productos alimenticios para el mini mercado que también tenían en esta última ciudad y para el mini mercado de Terrafal. En éste último negocio parecía que la familia se abastecía independientemente de otros comerciantes chinos, es decir, independientemente de otros frente a los cuales se compite.

Frente a esta estrategia José aseveró que los comerciantes chinos “tienen mucha razón en su forma de realizar negocios”, y esto cabe entenderlo teniendo presente que vienen de un país altamente desarrollado. También, que, en comparación, los comerciantes caboverdianos topan con el problema de estar “desorganizados” y tener un nivel de formación “fraku” (débil), que “la gente no tiene idea sobre el comercio”. Centrándose en el primer aspecto, comentó que la fundación de una asociación es de gran importancia, pues con ella los comerciantes locales podrían “hacer frente a la

competencia”, “no estarían sofocados”, de lo contrario “van a tener que desaparecer del mercado”. Dijo que hubo un grupo que quiso reunirse para hablar de ello, pero que surgen dificultades porque la gente piensa que aquellos que impulsan la idea lo hacen con la intención de sacar provecho, concordando también con Neusa, Edmilson y Arlindo. La primera argumentó que la asociación entre comerciantes es “difícil”, ya que “uno habla mal del otro”; el segundo, porque “aquí son muy individualistas”; y, el tercero, debido a que *cada uno quiere subir a su manera*”.

Por otra parte, también cabe hacer hincapié en su indignación ante la detención de un sentido de “comunidad” valorada a través de la compra a los propios caboverdianos. Al referirse a los clientes, Ildo exclamó que los que tienen prisa pasan y compran, sino, van a los más grandes. Arlindo también responsabiliza del estado en el que se encuentra el comercio a los propios comerciantes locales, pues dijo: “*la culpa es ‘di nos’ (de nosotros), está centralizada en los caboverdianos que van a comprar a los chinos*”; que antes “...*‘nos ku nos’ (nosotros con nosotros) comprábamos a otros comerciantes caboverdianos*”, por ejemplo, los propietarios de las *lojas* iban a Gilda en Tarrafal o a Fátima en Tchon Bon y les vendían a un precio razonable. Asimismo, explicó que una forma de mantener clientela es fiando, “*pero si es con dinero en la mano van a comprar a los chinos*”. Antonieta también se lamenta al decir que “*Tarrafal es ingrato*” porque ya no va a comprar a su *loja*, y que la gente solo acude a ella cuando no tiene dinero, es decir, para comprar fiado, o si se ha hecho tarde para ir a comprar a otra *loja*. Justo en el momento en el que manifestó esto había dos mujeres vendedoras de pescado sentadas en la puerta y las señaló diciendo que son sus vecinas y no se acercan allí para comprar, que solo quieren ir a los chinos y lo hacen por “*basoferia*” (fanfarronería). Este argumentó en torno a la compra fiada cuando no se cuenta con dinero también es dado por la esposa de Ildo, la propietaria del restaurante al cual fui a cenar una vez con Sabino. Ella ejemplificó diciendo que un chico fue a pedirle dinero prestado para comprar material escolar, pero debido a que no tenía, ya que tenía que pagar los “*compromissos*”, lo envió a su marido. Sin embargo, éste no quiso prestarle el dinero teniendo en cuenta de que el chico y su familia eran vecinos de la *loja* y nunca va a comprar allí, siempre pasa con compras realizadas en los chinos. Ildo aseguró que no era justo que se pasara solo cuando le convenía.

4.2.5. Los *chinos* cuentan con ayuda para el alquiler de sus casas, con fácil acceso al país y con excepciones en el pago de impuestos.

Del mismo modo que lo hicieron algunos de los anteriores Tarrafalenses, los comerciantes destacan, además de lidiar con las circunstancias que les afectan, diversas ventajas con las que cuentan los *chinos*: por un lado, una ayuda otorgada por el gobierno de su país y, por el otro, condiciones favorables concebidas ante la relación existente entre éste y el gobierno caboverdiano.

Gilda es una de las comerciantes que señalan la ventaja de recepción de ayuda y, a pesar de que no explicita que la concede el gobierno de China, otros comerciantes sí que lo hacen. Esta advirtió que los *chinos* perciben una ayuda que la proporciona “una organización que responde por ellos”, y que es para el “... ‘pagamento’ de la ‘renda’ de sus casas”. Por su parte, Ildo, a pesar de asegurar que no ha visto ningún papel que lo corrobore, y Jorge, propietario de 50 años de edad de una ferretería al que acudimos para que nos diera su opinión teniendo en cuenta que en Tarrafal existen varios negocios como el suyo y ninguno es de comerciantes chinos, también afirmaron que los *chinos* reciben una ayuda por parte del gobierno de China para afrontar el pago del alquiler de sus casas¹⁸

Con respecto a las otras ventajas, de nuevo la primera es destacada por Gilda. Se trata de la ventaja de fácil acceso que se puede apreciar en el comentario de Jandira de que los *chinos* cuentan con buena acogida, o en la explicación de Vindo de que pueden acceder fácilmente al país. De igual modo, tal como hacen otros comerciantes con las otras ventajas que presentaré en seguida, Gilda deja claro ante qué se sustenta. Comentó que puesto que China ayuda a Cabo Verde debido a que el país cuenta con escasos recursos, el gobierno tiene que acatar algunas cosas, sin “*salvajerías*”, por ejemplo, aceptando a sus pobres que en China no tienen oportunidades de trabajo.

¹⁸ Tal como se podrá apreciar más adelante, al igual que muchos comerciantes caboverdianos, los comerciantes chinos tienen vinculadas sus viviendas a los comercios.

Justo después de considerar que los *chinos* son auxiliados con el alquiler de sus casas, *Gilda* e *Ildo* también indican la segunda ventaja. Refiriéndose a los impuestos a los que están sujetas las mercancías que entran al país, la primera declaró que aquellos que hacen importación tienen porcentajes y no pagan. También cabe precisar que dijo que cuando una persona viene, tiene derecho de importación por cinco años, y cuando se acaba, el hijo o el hermano toma el derecho de nuevo; y el segundo, tal como ya se destacó anteriormente, que los chinos tienen exención de “*alfândegas*” a causa de la ayuda que el gobierno chino otorga al gobierno caboverdiano.

Finalmente, refiriéndose a los impuestos que no son competencia de los servicios aduaneros, Jorge manifestó –a pesar de precisar no saber cuánto les cobran exactamente– que los impuestos que pagan los chinos son muy bajos; e inmediatamente al compararlos con los impuestos a los que han de hacer frente los comerciantes locales, prevé que éstos últimos se encuentran en desventaja. Acorde con lo que los otros comerciantes comentaron de las anteriores ventajas, Jorge también indica que esto es así en contraprestación a la ayuda china a Cabo Verde.

4.2.6. Los *chinos* captan el gusto y la moda local, evaden impuestos, manipulan los productos...

Una comerciante que hace énfasis en la “*sperteza*” de los comerciantes chinos de captar el gusto y la moda local es Sandra, propietaria de una *loja* y de un bar que están conectados. Una tarde nos atendió en este último, y entre otros aspectos, destacó que si alguien compra algo que es de mejor calidad que lo que venden los *chinos*, seguidamente ese producto se convierte en un modelo que éstos van a mandar a fabricar. Por otra parte, José también argumentó que la baja calidad de los productos chinos se debe al afán de lucro de los mismos, e inmediatamente coincide con aquello que dijo Vindo tras calificarlos de “*spertos*”. Éste primero dijo que los *chinos* vienen con un objetivo, con todo planeado, que el interés de ellos no consiste en poner productos buenos en el mercado, sino más bien, “*el interés es el de vender, sólo de vender*”; y, después, que les falta “*espíritu humano*”, que “*marcan*” a la gente, que no

confían en los demás, pues si alguien va a comprar y le faltan 10 escudos, “no te dejan, no te fían”.

La “sperteza” de los comerciantes chinos de escabullirse de las contribuciones que se han de pagar al Estado, la manipulación de productos –la sustracción de parte de sus contenidos, la mezcla con otros de peor calidad y cambio de información de los recipientes– y de los instrumentos de peso, son otros de los rumores que circulan sobre estos comerciantes.

Jose argumentó que los chinos casi no pagan impuestos porque tienen cosas paralelas dentro del comercio, por ejemplo, pagan por un solo negocio que tienen registrado, cuando en realidad tienen más. Según sus propias palabras, los *chinos* “no declaran, casi no declaran”. Este mismo argumento lo aporta Julio, pues dice que hay un *chino* que tiene alrededor de tres o cuatro *lojas* en Tarrafal, y también en Assomada, y solo paga por una. Asimismo, que éste, en una loja pone a 85 escudos el kilo de azúcar y, en otra, a 90 escudos, y cuando la gente va a comprar a esta última y encuentra que el azúcar está más caro, se quejan diciendo que en la primera es más barata sin saber que pertenece al mismo dueño.

Gilda también realiza una crítica que está en la misma línea que estos dos comerciantes. Expresa que los *chinos* no pagan a los funcionarios, a los empleados, no cumplen con los “deberes exigidos”, es decir, “con los deberes establecidos por la ley del comercio”; “[...] ‘Fogem’ (escapan) de todo, de la fiscalización...”. Por ejemplo, dijo que días atrás había fiscales en Tarrafal y ellos cerraron la puerta, obligándoles así, a tener que pasar en alguna otra ocasión¹⁹.

En cuanto a la manipulación de los productos, Jorge es uno de los comerciantes que destacan que los *chinos* venden el arroz y el mijo con kilos de menos. Describe que Abren los sacos, les sacan dos o tres kilos y después los vuelven a cerrar, ya que cuentan con las máquinas para coserlos. Gilda también ejemplifica diciendo que los chinos ponen el precio de un saco de arroz de 900 gramos al precio de un saco de 1000 gramos, y que la gente no distingue debido a que mucha es analfabeta o ha tenido

¹⁹ En esta visita de los fiscales incidiré más adelante.

pocos estudios, y la que tiene consciencia de ello, la que distingue, compra aceite en las lojas de comerciantes chinos debido a que hay una diferencia de 5 escudos con el que ella vende. Neusa comenta que ella compra en los chinos si tiene que “*desatascar*” un día, pero en productos como sacos de arroz o de mijo no tiene confianza porque extraen contenido de éstos y luego los sellan bien. Sólo les compra productos que necesita de manera urgente. Igualmente, dijo que en productos como una caja de pollo, que contiene 28 piezas, hay veces que tan solo encuentra 22 o 23 piezas; y con las salchichas, que vienen en paquetes de 32 o 33, cuando los abre se da cuenta que han sacado 3 o 4. Otra comerciante que compra sacos de arroz a los comerciantes chinos, a pesar de tener presente que los venden con dos o tres kilos menos, es Alcidia, concretamente a unos de Assomada. Ésta dice que los comerciantes caboverdianos lo venden así, con menos cantidad, porque ellos no tienen la culpa de adquirirlos de esa manera y, además, la gente sabe que no cuentan con las máquinas para cerrar los sacos de arroz después de haberles quitado parte del contenido. Asimismo, especificó que de 20 sacos de arroz que compró una vez, 15 estaban bien y el resto le faltaban 3 kilos, y una mujer que compró de éstos últimos regresó a quejarse, y ella en seguida transmitió su queja a los chinos y nunca más le volvieron a vender arroz con kilos de menos.

El comentario de que los *chinos* mezclan productos de buena calidad con otros de mala calidad también es realizado por Jorge. Después de su comentario anterior explicó que un día fue a una *loja* china y vio a uno de sus trabajadores manipulando un saco – abriéndolo–, y al preguntarle qué era lo que estaba haciendo, el trabajador se llevó un dedo a la boca como forma de expresar silencio y le dijo que así era el negocio. De igual modo, Alcidia y Julio señalan que los *chinos* mezclan arroz perfumado con otros distintos. Éste último me dijo que la gente va a comprar arroz perfumado a los *chinos* y después, cuando lo abre, se dan cuenta de que no está perfumado o casi no contiene perfume, pues mezclan un poco de arroz perfumado con otros de diferentes variedades y calidades. Por otro lado, este comerciante lleva a cabo el comentario sobre el cambio de información del contenido de los productos. Después de decir que los *chinos* cuentan con máquinas para abrir y cerrar los sacos, manifestó que también las tienen para cambiar las fechas de los productos que están a punto, o ya han

caducado. Esto lo ejemplificó mostrando la fecha que traía impresa un pote de salsa de tomate, y acabó asegurando que defensa del consumidor ya había confiscado muchas cosas de las *lojas* chinas que estaban en malas condiciones.

Por último, los comentarios sobre la diferencia del valor de una cantidad pesada en los comercios de propietarios chinos a la de las *lojas* de propietarios locales, son comentarios que aluden a la manipulación de los instrumentos de peso. Neusa es una de las comerciantes locales que manifestó que el pollo que venden los chinos pesa más en sus balanzas que en otros sitios, por ejemplo, un kilo de pollo comprado en una *loja* china equivale en la suya tres cuartos. Fátima explicó lo mismo a través de un caso concreto. Dijo que los *chinos* abren los sacos para extraer parte de su contenido o para mezclarlos con otros, así como que en sus balanzas el peso es diferente que en las de otro sitios. Asimismo, luego de indicar que los *chinos* ahora están mejorando, ya que antes habían hecho muchas cosas malas, expuso que al pasar por su negocio una mujer que había comprado pollo en una *loja* china, ella la llamó para volverle a pesarlo en su balanza, y no llegaba al peso por el cual la mujer había pagado, un kilo. En relación a estos comentarios, Julio también explicó que el mismo compró un kilo de pollo que tras pesar en su balanza le dio tres cuartos, y, además, que una niña que trabajaba en una *loja* china, después de haber sido despedida, dijo que contaría toda la verdad sobre lo que hacen los chinos en sus *lojas*.

4.2.7. Los productos chinos son “falsos”, “basura”, “frakus” (de mala calidad)

En relación a los productos importados de China, comerciantes como Julio o Jorge también exponen que estos son baratos y de baja calidad, aunque el segundo hizo hincapié en la última particularidad al decir que por ello acaban rápido en el basurero y las sustancias altamente contaminantes que retienen se esparcen en el ambiente (tierra, mar...) y tardan mucho en desaparecer. Mi acompañante en la realización de entrevistas, João, agregó a esto que vio un programa de la televisión que trataba sobre

una gran porción de plástico en el Atlántico, y Jorge contestó que él lo vio en el canal Odisea y que no se trataba tan solo del largo, sino también del grosor.

Al pedir su opinión sobre los productos que venden las *lojas chinas*, Gilda manifestó que es verdad que algunos son falsos, productos como ropa y calzados, pero también señaló que ello es así porque el poder de compra en Cabo Verde es bajo. Por su parte, Sandra hizo referencia a la prioridad de los consumidores por este tipo de productos –entiéndase, en lugar de *falsos*, de mala calidad. Vivió en Estados Unidos durante 28 años, y actualmente va y viene en avión y trae productos consigo: champús, cremas para masajes, aceites, productos para los niños y personas adultas, etc., y que compra en “*stores*” de Boston. Éstos son de “*calidad*”, pero asegura que a pesar de que las personas los prefieran así, no vende mucho –o no tanto como antes–, ya que la gente compra aquellos que son más baratos y de peor calidad. Cabe añadir que Sandra trae muchas cosas con miedo a que le cobren en la aduana, pues pueden llegar a cobrarle un importe superior de lo que cuesta lo que trae. Como estrategia para que no descubran que viaja con productos comerciables, dice que “*hace ‘muita mistura’ (mucha mezcla)*” de lo que porta dentro de las maletas. Ella se queja teniendo presente lo que ha de pagar por traer cosas buenas, en comparación con la ventaja con la que cuentan los *chinos* por traer productos sin pagar y que son “*basura*”.

Neusa también se refiere a los consumidores al destacar el tema de la calidad de los productos. Dijo que tras la llegada de los chinos “...*‘tudu cai’ (todo cae)*”, pues la gente está inconsciente de la calidad de los productos que venden, “*la gente aún está con los ojos cerrados... el día que los abran y se den cuenta de cómo son los productos chinos, nunca más van a ir a comprar*”; y mi compañero João inmediatamente dijo: “*eso será en el siglo XXII*”.

Marcio, el comerciante nigeriano de 37 años, también nos expuso su visión en torno al consumo de productos chinos. Él vende productos “*originales*”, productos americanos, y productos de China. Se abastece en el mercado de Sucupira en Praia y, los primeros, los compra a caboverdianos que los traen desde Estados Unidos y, los segundos, a comerciantes chinos, así como también, en materia de ropa, muchas veces a éstos últimos en los viajes que realiza a Dakar cada cuatro meses. Sin embargo, cabe matizar

que si tiene poco dinero compra a los chinos, y si tiene más compra “productos mejores”. Igualmente, nos señaló las chanclas que llevaba puestas y manifestó que son un artículo que venden los *chinos*, es decir, que son unas chanclas “*falsas*” que cuestan 1500 escudos en comparación con las “*originales*” que cuestan 3500 escudos, como forma de evidenciar que se compra con el dinero que se tiene el producto que se puede²⁰. Según él, si la gente tiene para comprar “*caro*”, va a comprar productos “*caros*”, de muy buena calidad, pero si por el contrario no tiene mucho dinero, va a comprar productos de menos calidad (Figura 9). Por otra parte, a diferencia de los otros comerciantes Marcio apunta positivamente que China ayuda a los pobres, pues las camisetas de Europa, de países como España, Francia, etc., valen 2000 escudos, mientras que las que venden los chinos 500 escudos. Dijo que se trata de productos que están “*frakus*” (que tienen poca consistencia o poca fuerza; frágiles), pero que ayudan a los pobres. Aunque también dice que China tiene cosas que son de buena calidad, cosas como las que él compra en los comercios de Praia, y que se diferencia de las que los chinos de Tarrafal venden.

Otro comerciante, Helder, nigeriano de 43 años de edad, llegó a Cabo Verde a finales del 2000, al escuchar que había muchas cosas con las que el país aún no contaba, aseguró que vende productos de América que también venden los comerciantes *chinos*, productos “*falsos*”, pero que las cosas que más vende son de China porque son más baratas. Asimismo, deja claro que hay productos chinos que son de muy buena calidad, por ejemplo, los que transcurren por América y Europa, o los que pasan por Dubái y llegan a Nigeria o a Dakar. Él en ocasiones va cada dos meses, o antes, a lugares como las Palmas a comprar en comercios chinos productos como gorras, gafas, pendientes, etc., así como a Nueva York, Fortaleza, São Paulo, Lagos y Dakar. En Cabo Verde tan sólo compra cada vez que se queda sin un producto y lo necesita, por ejemplo, máquinas digitales, relojes, etc., y los compra en comercios indios en el *concelho* de Santa Catarina.

²⁰ Para ducharme en la pensión donde me quedé los primeros días compré un par de estas mismas chanclas y al cabo de poco tiempo las plantillas de plástico que contienen adheridas con pegamento se soltaron. Algunas personas reconocen este problema y las suelen reforzar cosiéndolas.

Por otra parte, Los comerciantes caboverdianos se abastecen en los principales importadores del país, en lugares como *irmãos Correia* (propietarios como Tin y Antonio Pedro), *Adega* (Tin, Antonio Pedro, Neusa, Antonieta y Erminia), *Importex* (Tin y Erminia); a través de algunos *carros* de comerciantes que vienen desde Praia (Tin, Neusa y Erminia); en varios sitios de Assomada (Erminia) como Nha Djemi (Neusa); y en los comercios de propietarios chinos que también se abastecen en los anteriores. Gilda es una de las comerciantes que informa que compra a éstos últimos, por ejemplo, productos como plásticos que no “*prestan*”, que son de mala calidad, debido a, tal y como destacamos antes, el poder de compra de los consumidores. No obstante, también les compra artículos como ajos y jabón, ya que asevera que son de buena calidad. Este último argumento también lo ofrece Alcidia, pues dijo que, aparte de que venden cosas mucho más baratas que otros comerciantes, también compra en los *chinos* porque venden productos mejores que en otros sitios.

4.3. La opinión de varios trabajadores públicos, un arrendador y dos trabajadores de *lojas chinas*

4.3.1. La presencia de los comerciantes chinos es positivo para Tarrafal

Varios trabajadores de la *Câmara Municipal do Tarrafal* y el *chefe da Repartição de finanças* (jefe da la oficina de impuestos) destacan algunos aspectos positivos de la presencia de los comerciantes chinos²¹. Su visión es diferente, en gran medida, debido a los cargos que ocupan como funcionarios públicos y, se podría decir, debido a que el partido actual a cargo de la *Câmara* y que gobierna el país, el MpD, está en estrecha relación con China.

²¹ Como trabajadores públicos en el ejercicio de sus funciones, con su aprobación sus nombres no han sido cambiados por otros.

Rosa, secretaria de la *Câmara* de 33 años de edad, remarca el aspecto positivo del “*lucro*” que aportan a través del pago del impuesto que la *Câmara* cobra dependiendo del tipo de negocio. El *chefe da Repartição de finanças*, Antonio Fernandes, también señala como positivo el pago de impuestos que realizan para “*os cofres do Estado*” (las arcas del estado). Adelberto, *vereador de administração e finança* (concejale de administración y finanzas) –que se encarga de dar información cuando alguien quiere establecer un negocio, por ejemplo– señala que para los tarrafalenses los establecimientos comerciales chinos tienen un efecto positivo, ya que cuentan con dónde poder ir a comprar. Este es un aspecto que podemos entender a través del comentario que aporta el *Vereador de Cooperação* –el cual también se encarga del ámbito de la inmigración o las relaciones internacionales–, *Turismo e Promoção do Concelho*, José Soares, de 36 años de edad, así como también a través de Antonio Fernandes. El primero hace énfasis en que estos negocios suponen más oferta a un precio más reducido, es decir, que como indica el segundo, “*queiebran el monopolio de algunas casas comerciales*”. Antonio Fernandes ejemplifica diciendo que antes del establecimiento de los comerciantes chinos, las personas tenían que ir a comprar más lejos con la finalidad de que les saliera más a cuenta la realización de sus compras²². Asimismo, Adelberto valora en positivo la competencia que comportan los comerciantes chinos, dice que a la *Câmara Municipal* le interesa porque, si no, le va mal; y José Soares también indica que son un vehículo para el desarrollo debido al empleo que están generando.

Muchos de los diferentes aspectos planteados por los distintos actores y comerciantes tarrafalenses también son planeados por estos funcionarios, o dicho de otra manera, coinciden con los argumentos recién expuestos.

Otro aspecto positivo que remarca Antonio Fernandes es que con los comerciantes chinos la población resultó beneficiada gracias a la accesibilidad de sus productos, pero, por otro lado, también indicó que tienen “descontentos” a los comerciantes locales debido a su “*concorrência*”. En su opinión, si los chinos vienen a Cabo Verde y consiguen vivir, los comerciantes locales también tendrían que conseguirlo. Por su

²² Este es un aspecto que trataremos más adelante a través de los comentarios de un tarrafalense que alquila dos locales a unos comerciantes chinos.

parte, Rosa comentó que aunque no existen estudios oficiales, es cierto que muchas *lojas* de Tarrafal y de la isla de Santiago han tenido que cerrar. Según Adelberto, gran parte de esta situación se debe a que los comerciantes locales no cuentan con el poder de competencia con el que cuentan los comerciantes chinos. Indica, coincidiendo con Antonio Fernandes, que éstos últimos trabajan en grupo y los tarrafalenses “no tienen cultura de juntarse”. Igualmente, ante la pregunta de si la *Câmara Municipal* municipal actúa de alguna forma para ayudar a los comerciantes locales, dijo, concordando con Rosa, que ésta “*ka podi fase nada*” (no puede hacer nada), y que no se trata de un problema solo a nivel de Tarrafal, sino a nivel nacional, pues tras la liberalización del comercio no se ha tomado ninguna medida.

La falta de formación de los comerciantes locales y la dificultad de abastecimiento son otros de los factores que señala el *chefe da Repartição de finanças*. Antonio Fernandes explicó que Praia queda lejos, a 74 kilómetros de Tarrafal, e ir allí a realizar compras supone un coste de transporte que ha de ser recuperado mediante el aumento de los precios de los productos (comportando, claro está, la dificultad de competir con aquellos que hacen una oferta más barata). Ante la dificultad de afrontar el pago de impuestos dados los altos importes que los comerciantes señalan que han de hacer frente, Rosa manifestó que éstos no tienen información sobre los impuestos, pero que todo está publicado, que los comerciantes hablan de forma negativa porque no quieren pagarlos, que siempre exageran.

A Antonio Fernandes también le preguntamos cuál era su opinión sobre el comentario de un comerciante, de que si hacen una compra en Praia de 100 *contos* (100,0000.00) les cobran un 15% de IVA por cada producto, y explicó que se trata del IVA soportado en las compras, es decir, de un impuesto que se integra al Estado mediante su cobro a los consumidores por parte de los vendedores. Se trata de una carga fiscal aplicada en muchos países, y generalizada en Europa. El desconocimiento de su cobro evidencia la falta de información de la que pueden llegar a carecer los comerciantes, así como su falta de formación en el área del comercio. Antonio también remarca que los comerciantes a los que han de hacer la contribución del IVA de *Regime Simplificado* (Régimen Simplificado), no tienen nada porque no tienen contabilidad. Haciéndonos un breve repaso, este funcionario expuso que comercios como las *lojas* de venta de

productos de alimentación están realizando las siguientes contribuciones al no presentar una “*contabilidad organizada*”:

- IVA de *Regime Simplificado*: para contribuyentes cuyo volumen de negocio no supera los 5000 mil *contos* (5, 000,000.00 de *escudos*). Es trimestral, del 5% sobre el volumen de las ventas que los propios comerciantes registran
- IUR *pelo método de estimativa* (impuesto sobre la renta por el método de estimación): Se paga en dos momentos, un 30% en enero y el 70% restante en julio, y es de un 15% sobre el volumen de ventas que los comerciantes registran.

De esta manera, enfatiza que no es posible tener certeza de las ganancias que los comerciantes registran en los libros de venta, pues pueden vender 20 *contos* y registrar 10 –es normal que suceda el no registrar todo lo que se vende, en todo el mundo pasa–, que la única manera de verificarlo sería, y puede hacerse, a través de un acto de fiscalización, es decir, presentarse a las *lojas* a la hora del cierre y contar el dinero que se ha hecho. Sin embargo, también comenta que este problema se está intentando resolver, mediante la exigencia de la instalación de cajas registradoras a comercios de venta de productos de primera necesidad con grandes volúmenes de venta. Él mismo se presentó en éstos establecimientos y dio un plazo de dos meses para conseguirlas debido a que las cajas registradoras son caras y en Cabo Verde muchas veces cuesta conseguirlas. Como ejemplo de un comercio que cuenta con éstas y, por lo tanto, presenta una contabilidad organizada, destacó el mini mercado de Gilda. Éste, realiza las siguientes contribuciones:

- IVA de *regime normal*: para contribuyentes cuyo volumen de negocio supera los 5000 mil *contos*. Es de un 15% mensualmente sobre el resultado de la contabilidad.
- IUR *pelo método de verificação* (impuesto sobre la renta por el método de verificación): es de un 25% anualmente sobre el resultado de la contabilidad, aunque si el resultado es negativo no se cobra.

Cabe decir que durante esta explicación Antonio Fernandes expresó que el marido de Gilda también fue *chefe de finanças*, y debido a un problema durante el cumplimiento de este cargo fue a la cárcel. Metiéndose las manos en los bolsillos de su pantalón sugirió que robaba. Después, hablando con João me explicó que al cabo de un tiempo salió de la cárcel, pero se quedó con el dinero.

Ante la queja de los comerciantes a causa del aumento de los impuestos, Antonio Fernandes sostuvo que, por ejemplo, en el caso del IUR por el método de verificación, era de un 20% y bajó a un 15%. Asimismo, que él tiene la competencia de alterar el valor del impuesto sobre las ganancias cuando es necesario, pero también sugirió que se pagan más impuestos porque al hacer la fiscalización (acudir a las *lojas* y comprobar las ganancias, o contrastar la información de la inversión que se ha hecho en la compra de productos con lo que se declara) comprueban que el volumen de ventas es mucho más alto de lo que se estaba declarando.

En base a las ventajas con las que cuentan los comerciantes chinos de las que nos hablan los comerciantes locales –excepciones de impuestos–, José Soares reafirma que ello es así debido a las relaciones existentes entre China y Cabo Verde. En cambio, Antonio Fernandes asegura que los impuestos son iguales para todos, independientemente de que sean extranjeros o caboverdianos. Dijo que en el periodo en el que comenzaron a llegar los chinos al país (años 90), contaban con exención de impuestos en aduanas para traer sus productos durante un periodo de cinco años, pero al pedirle que me explicara bien esto y al él no estar muy seguro tampoco, realizó una llamada para preguntarle a otro colega. Al colgar, manifestó que lo que me había dicho no era cierto, que él pensaba que ello era así a causa de las campañas políticas que se han hecho para ganarse a los comerciantes locales. Su colega le explicó que los chinos nunca contaron con tal ventaja, que la exención de impuestos es para empresas industriales, por ejemplo, empresas chinas de aluminio u otras que traen materias primas.

José Soares también comenta que uno de los aspectos negativos de los comerciantes chinos es que “*fogem*” (escapan) del “*pagamento*” de impuestos. Por ejemplo, cuando una *loja* ubicada en Praia paga por otras que se encuentran en otros lugares de la Isla.

Contrastando este punto de vista, el *chefe de finanças* argumenta que en el “*concelho*” (municipio) de Tarrafal éstos están siendo los mejores contribuyentes porque son los que están dominando el negocio (tienen más volumen de ventas) (Figura 10). Frente al ejemplo de José Soares, explicó que una empresa con filiales envía toda la información a una sede, pero éste no es el caso de los chinos; más bien pueden tener varias *lojas* en distintos sitios con un mismo NIF (Número de Identificação Fiscal) y pagan impuestos en todos éstos.

En lugar de hacer hincapié en la mala praxis de los chinos, Antonio Fernandes trata la de los comerciantes locales. Primero, expone que a las empresas de Tarrafal, cuenten o no con contabilidad organizada se les pueden hacer un “*cruzamento*” (cruce) de información, ya que trabajan, o mejor dicho, tienen una relación comercial con empresas de Praia. Después, me enseñó en la pantalla de su ordenador los datos de un hombre, destacando la inversión de dinero que había hecho en la compra de productos en una empresa de Praia (ésta también entrega su contabilidad y registro de los clientes, de ahí que se pueda obtener tal información), y cuyo volumen no correspondía con la cantidad de dinero que declaraba como ganancias. Seguidamente, me señaló, después de haber hecho el cruzamiento de información, la suma de dinero que en realidad tenía que pagar a finanzas. A través de un ejemplo con números sería así:

- En el año 2013 la empresa ubicada en Praia vende 5000 mil *contos* (5,000,000.00 de *escudos*) en materiales de construcción a la empresa de este hombre en Tarrafal.
- Éste, declara que tan solo ha vendido 3000 *contos*.
- Se cruzan ambos datos, es decir, a 5000 *contos* se le restan 3000, y el resultado es 2000 mil *contos* no declarados con vendidos.

En la fotocopia que Antonio Fernandes me proporcionó con 12 nombres, cuatro de los cuales eran de origen chino, se puede apreciar que este hombre había pagado 45.000 *escudos* (unos 450€), pero en realidad debía 168.598,43 *escudos* (unos 1.600€), en otras palabras, tenía que pagar 123.598.43 *escudos* (unos 1.230€). Asimismo, me explicó que él lo mando a llamar, lo hizo sentar donde yo estaba (en su oficina, en el

edificio de finanzas de Tarrafal) y, del mismo modo que hace con todos los evasores fiscales, le puso tal cifra sobre la mesa y le dio un plazo para que la aportara. A su juicio, es común que mucha gente intente “escapar” del pago de impuestos, pues es un deber que no está en la cultura caboverdiana, en la africana; y “*la mudanza*” (el cambio) de esa mentalidad solo será posible con el paso del tiempo, y con la educación. Opinó que incluso los caboverdianos no quieren pagar la luz, o la factura del teléfono...

En cuanto a los comerciantes chinos, el único aspecto negativo que Antonio Fernandes destacó es que, debido a que se parecen los unos a los otros tanto en el aspecto físico así como en los nombres, han creído que el propietario de una *loja* era el de siempre, y cuando han ido a cobrar los impuestos que debía descubren que en realidad era otro al cual el propietario original había traspasado el negocio. Dijo, que ello ya sucedió en tres ocasiones.

Finalmente, en relación a los productos Adelberto expresó que los comerciantes chinos “están usando mucha ‘*spereza ku nos*’ (muchas astucias con nosotros)”, “*sperteza*” en la manipulación del peso del contenido de los productos y de la fecha de caducidad, así como por la baja calidad que presentan los productos chinos. Según él, la gente se está quejando porque los chinos “*sta roba*”. Por su parte, José Soares aseveró que están vendiendo “gato por liebre”, debido a que sus productos son de “tercera división”, pero también señaló el aspecto positivo de que gracias a éstos hoy en día la gente tiene ropa y zapatos que ponerse.

4.3.2. Los chinos son “*personas simpáticas, ‘dretu’ (correctas), muy responsables...*”

Una de las posturas positivas sobre la presencia china en Tarrafal debido a su relación económica nos la aporta Olavo, un jubilado de 58 años de edad que fue profesor de educación básica. Éste tiene un edificio –en una de las esquinas de la calle con más aglomeración de comercios– con varios locales alquilados en la planta baja, y en la de

arriba tiene su casa. Allí nos recibió en el salón, un salón grande y con buenos muebles que invitaba a pensar que se trata de una persona bien acomodada.

En el medio del edificio alquila a unas mujeres que tienen un salón de belleza, así como a la empresa estatal de electricidad y agua que tiene una sede. En un extremo alquila a una pareja de comerciantes chinos que tienen una *loja* de venta de productos como ropa y zapatos, y en la cual también viven debido a que el espacio cuenta con dos cuartos, una cocina y un lavabo. Según Olavo, de esta manera cumplen la función de guardas, como acostumbran a hacer muchos otros comerciantes. En el otro extremo, a dos primos también de origen chino que tienen una *loja* de venta de productos alimenticios, y que contrariamente a la pareja anterior, no viven ahí porque el espacio tan solo cuenta con un lavabo y una cocina, sino que viven en un edificio cerca de la plaza.

En base a los precios de los alquileres, dijo que estos últimos no pueden pagar mucho debido a factores como: la crisis económica, la existencia de muchas *lojas* que venden los mismos productos, el encarecimiento de éstos, la venta de otros procedentes de Brasil o Estados Unidos, por ejemplo, la ropa que llega en bidones. Antes, en el 2007, cobraba 50 *contos* (unos 500€) y las *lojas* eran más grandes (contaban con el espacio en el que ahora está la sede de la empresa de electricidad y agua), pero tuvo que rebajar a 35,000.00 escudos (320€) y quitar espacio debido al gasto que les suponía, por ejemplo, tenían que tener varios empleados para controlar las distintas entradas que existían. Si no hubiera disminuido el precio, como muchos otros hicieron, se hubieran ido a Praia porque allí hay más “*movimentu*” (movimiento).

La opinión de Olavo de los comerciantes chinos es que son “*personas simpáticas, ‘dretu’, muy responsables*”, nunca ha tenido ningún problema con ellos, pagan sin ningún inconveniente. En cambio, cuando va a cobrar a las que son “nacionales”, a las del salón de belleza, siempre piden disculpas, “*disculpas que no son muy agradables*”, y ponen excusas. Le dicen que no tienen dinero, pero el salón siempre tiene mucho “*movimentu*”. Expresó que a día de hoy, uno de octubre (fecha en la que se llevó a cabo la entrevista), aún no han pagado el mes de agosto, y los chinos hace rato que ya

pagaron el de septiembre, pues *“tienen otra mentalidad, otra cultura”*. Éstos, *“en lo que firman en los contratos siempre lo cumplen”*.

Otro aspecto positivo que señala de su presencia es el beneficio que ha comportado su oferta de *“productos baratos”*. Dijo que gracias a ellos las personas con pocos recursos pueden comprar muchas cosas a las que antes no tenían acceso, tal como la ropa, y que ha hecho que ahora todo el mundo esté más *“basofo”* (fanfarrón), más *“bunitu”* (bonito). En cuanto al tema de la calidad de los productos, a diferencia de muchos argumentos antes expuestos, Olavo dice que para mucha gente es más importante el precio que la calidad, siendo lo mismo cierto para los productos de las *lojas* de alimentación. Asimismo, enfatiza que los precios de los productos de los comerciantes chinos son bajos porque prefieren vender el máximo posible, que vender pocos a los que se les pretende ganar mucho.

Ante las quejas del perjuicio que están comportando a los comerciantes locales, y concordando con algunos de los comentarios anteriores, subraya que hay que tener presente que antes de su llegada los pocos comerciantes que había vendían a precios elevados, ya que no contaban con una competencia que los obligara a rebajarlos. Por ejemplo, ante el descontento de los consumidores por el precio de algunos productos, los comerciantes locales podían decir que ello era así porque en Praia habían subido sin que ello fuera cierto, y la gente tenía que comprarlos por no contar con otras alternativas donde conseguirlos. Asimismo, expresa que si la gente se queja de los chinos lo mismo tendría que suceder con los que comercializan con productos agrícolas importados. Dijo que hace pocos días los agricultores locales estaban disgustados porque había patata inglesa a 40 *escudos* y ellos tienen que vender la suya a un precio más alto debido al alto costo de las horas de trabajo invertidas, el agua gastada, los productos fertilizantes utilizados, etc.

Y Sobre el comentario del no pago de impuestos por parte de los comerciantes chinos, Olavo apunta a que la mayoría de personas intentan buscar un *“chance”* (posibilidad) para no tributar, aunque matiza que los *“nacionales”* lo hacen mucho más que los chinos, y también que gran parte de la culpa de que ello suceda es del funcionamiento del sistema de fiscalización de Cabo Verde. Concerniente a los comentarios sobre la

manipulación de los productos, explicó que todo el día frecuenta el mini mercado de los comerciantes a los que alquila, y nunca notó nada ni oyó sobre alguna inspección que hubiera ido mal, y que incluso cuando los productos están a punto de caducar bajan los precios para que tengan salida. Dijo que puede haber algún caso, pero que no hay que generalizar. Además, en Tarrafal hay mucha fiscalización, siempre hay inspecciones, y si alguien nota que en alguna *loja* se están vendiendo productos fuera de plazo, puede denunciarlo, ya que el país cuenta con la estructura para que las denuncias sean atendidas.

4.3.3. Los *chinos* pagan muy poco

Una de las críticas sobre los comerciantes chinos en la que hacen énfasis algunos tarrafalenses es la explotación laboral de los trabajadores locales que contratan. Veamos qué es lo que nos dicen dos de ellos.

Indira, de 27 años de edad, nos comentó en un bar cerca de la *loja* donde trabaja, que primero trabajó en una hasta que su propietario se fue a China, y en ésta última, en una de las lojas de Uda, es decir, del comerciante chino del cual dijo Jose que *“es casi el representante de los chinos”* en Tarrafal, trabaja desde hace un año y nueve meses. Estudió hasta segundo año, y tiene dos hijas, una que vive con ella, y otra que está con su padre.

Su horario es de 8 de la mañana hasta las 8 de la tarde, y cobra 11,000.00 *escudos* (100€), el salario mínimo. Ella manifiesta que es poco, pero tiene que conformarse. Si consiguiera otro trabajo *“que fuera más serio”* se iría de la *“china”*, se iría a un trabajo en el que pagaran 15 *contos* (150€) y saliera a las 6 de la tarde. Dijo, si fuera así *“no se quedarían conmigo”*. Un salario a partir de 15 *contos* sería el ideal, con el actual muchas veces no llega a final de mes, pues tiene que pagar el alquiler, luz, agua, el colegio de las hijas, y hay veces que ayuda a su madre, etc. Además, su trabajo es duro. Junto a otra compañera tiene que barrer, limpiar, organizar la mercancía, cargar sacos pesados de arroz, de mijo, de harina, de azúcar, lavarle la ropa al jefe, a su mujer e

hijo, etc. Muchas veces llega a casa cansada *“própi”* (realmente), con dolor en el cuerpo y en la espalda, y no tiene ganas ni de cenar. *“Más uno que puede hacer, uno tiene que trabajar”*. Explicó que si llegara a pedir un aumento de salario de 5 *contos*, más bien la *“echarían”*, no lo aceptarían. Ni tan sólo 11 mil *escudos* quieren pagar. Al contrario, dos días atrás le dijeron que, dadas las circunstancias, tendrían que disminuirle el salario a 8 *contos* –por debajo del salario mínimo–, y ella contestó que *“ka ta da”* (no da), que no llega para poder pagar el alquiler, la luz...

Referente al trato personal, la relación con el *“patrón”* y su familia es buena –dijo: muchas veces *“brincamos”* (jugamos) –, excepto con una de las trabajadoras, que se pone en la caja de cobro. Ésta no es muy *“mansa”*, es *“runhu”* (mala, agresiva), *“sanha”* (grita, reprende) sin haber hecho nada.

Otro de los trabajadores entrevistados fue Gilberto, de 30 años de edad, y que hacía 5 meses era transportista de los comerciantes chinos que tienen la *loja* de venta de productos de alimentación en uno de los locales que alquila Olavo.

En un banco de una plaza nos explicó que hace cerca de seis meses que trabaja para ellos, dos de los cuales de 8 de la mañana a 8 de la tarde, y cobraba 433 *escudos* al día (unos 4€) más 150 para la comida, *“muy poco”*. Además, donde compra la comida, en ADEGA, tenía que poner 50 *escudos* de su propio bolsillo y traer la bebida de su casa porque no le alcanzaba. Al explicar esto, dijo: *“estoy declarándoos lo que está pasando conmigo, espero no encontrar que me vaya a hacer mal...”*.

Después de dos meses pidió que le aumentaran el salario y ahora le pagan 700 *escudos* por el mismo horario y sin suplemento para la comida, es decir, al final de mes cobra alrededor de 18,000 *escudos* a los cuales tiene que extraer 200. Sin embargo, continúa siéndole insuficiente si se tiene en cuenta el trabajo que realiza. Él se pasa todo el día yendo y viniendo de Praia, y en algunos almacenes tiene que cargar los productos dentro del *“carro”* –un hiace–, y cuando llega a Tarrafal los descarga junto con las dos empleadas de la *loja*. Dijo: *“¿vosotros nunca me habéis visto allá [en la loja] descargando sacos junto con las ‘meninas’ (chicas)? Yo no tengo ningún problema con el trabajo, más valorizar mi trabajo, respetad mi trabajo...”*

Finalmente, cuando le preguntamos sobre la manipulación de los productos, explicó que una vez llegó a la *loja* y vio un saco de arroz abierto, y que una de las trabajadoras le preguntó si estaba viendo lo que los chinos estaban haciendo. Esto fue muy de mañana, *“los chinos ni duermen por levantarse a quitar peso o ‘trocar’ (cambiar) el arroz. Frente a este tema Indira también nos dio su opinión. Dijo: “si lo veo lo digo, pero nunca lo he visto. [El arroz] nosotras somos la que lo descargamos del carro... tú lo pones allá, así. Con el mijo nosotras somos la que lo sacamos y pesamos [extraer de los sacos para venderlo en pequeñas bolsas]. Sólo si lo hacen a mis espaldas, delante de mí nunca lo vi”.*

5. EL COMERCIO CHINO DE VENTA DE ALIMENTOS Y PRODUCTOS IMPORTADOS DE CHINA

5.1. Mini mercado Boa Copra

El municipio de Tarrafal pasó de tener dos comercios de propietarios chinos de “*modas e confecções*” en el año 2005, a veintitrés en el 2014: trece de “*modas e confecções*”, uno de “*modas e confecções*” / mini mercado, y nueve mini mercados²³. Uno de estos últimos es el mini mercado Boa compra (buena compra)²⁴, ubicado en una de las esquinas que conecta con la plaza de Tarrafal, y cuyos propietarios son Jiang y Zong, ambos de 35 años de edad y provenientes de la ciudad de Shijiazhuang, capital de la provincia de Hebei. Cuando comencé la realización del trabajo de campo, hacía tres meses que le habían comprado este comercio a un amigo suyo que decidió regresar a China, y hoy en él se puede adquirir todo tipo de productos alimenticios, pero también diversos productos que van desde una antena parabólica hasta un bolso de mujer (Figura 11).

Jiang, que antes de venir a Cabo Verde –hace siete años– había trabajado en una tienda de ropa²⁵, administra el mini mercado con la ayuda de Lili, de 30 años de edad y pareja de Wen, hermano de Zong también de 30 años de edad. Ambos, que también trabajaban en una *loja* en China, llegaron a Cabo Verde el mes de Julio, igual que Bai Ling, prima de estos dos hermanos, de 23 años de edad, y su pareja Lu Yi, de 26 años de edad.

²³ Estos datos también fueron proporcionados por el *chefe da Repartição de finanças*, Antonio Fernandes. Referente a otros años: en el 2006 hubieron 10 comercios de “*modas e confecções*”; en el 2007, trece; en el 2008, 19 y surge el primer mini mercado; en el 2009, veintitrés y un mini mercado; en el 2010, diecisiete y 5 mini mercados; en el 2011, veinte, uno de “*modas e confecções*” / mini mercado y cuatro mini mercados; en el 2012, catorce y 5 mini mercados, uno de “*modas e confecções*” / mini mercado, y cuatro mini mercados; y en el 2013, dieciséis, dos de “*modas e confecções*” / mini mercado, y cuatro mini mercados.

²⁴ Nombre supuesto.

²⁵ Aunque también cabe decir que me explicó que realizó otros trabajos en China como el de vender frutas por la calle en una bicicleta.

Tal y como antes hacía Zong, su hermano se encarga de transportar la mercancía desde Praia a Tarrafal en hiace, y hasta hace poco, a otro mini mercado que tenían en Assomada, pues a finales de septiembre lo trasladaron a Tchon Bon aprovechando que los productos de este poblado estaban caros y los comerciantes de allí van a comprarles a ellos para venderlos en sus *lojas*²⁶. Muchas veces esta labor la realiza junto a Lu Yi, el cual estaba trabajando en la ferretería que tiene Zong en Assomada²⁷, o hasta el mes de septiembre, junto con Wang Kun, un trabajador vecino de esta familia en China que decidió regresar después de tres años en Cabo Verde. Por su parte, Bai Ling trabaja en el mini mercado de Assomada junto con Heng, una trabajadora también conocida de ellos en China que tiene 19 años de edad y que vino hace un año a Cabo Verde, a propuesta de su madre. Hoy en día una de ellas debe de estar trabajando en el mini mercado de Tarrafal donde, según me explicó Jiang, está Lili, y la otra en Tchon Bon, donde se encuentra ella.

El mini mercado abre a las 7:30 de la mañana, igual que los otros comercios, y registra mayor intensidad de ventas entre las 11 y las 14 horas, aproximadamente. En ese intervalo de tiempo la entrada de clientes es constante, tanto de aquellos que compran uno o dos productos, como de aquellos que realizan compras grandes. Por lo tanto, y a pesar de no haber pasado mucho tiempo en las *lojas* de los comerciantes locales, se podría decir que el flujo de clientes y el volumen de las compras no es comparable al de cualquier mini mercado.

Las dos mujeres de Tarrafal que están contratadas, una de unos 40 años de edad y la otra de unos 25, que también trabajaba para el propietario anterior, se encargan de las mismas labores que Indira –la empleada de otro mini mercado que entrevistamos– realiza, es decir, limpian, reponen las estanterías, descargan la mercancía que trae Wen (sacos de arroz, azúcar y de harina...), llevan las compras que son pesadas a los vehículos de los clientes, hacen las facturas ante la falta de conocimiento del portugués por parte de Jiang y Lili. En cuanto a estas dos últimas, se turnan para

²⁶ Socavando la situación de las dos comerciantes que entrevistamos de Tchon Bon

²⁷ Una vez en el mini mercado Lu Yi destacó que no contaba con dinero en Cabo Verde debido a que todos los gastos los tenía solventados, que el dinero que cobraba por su trabajo lo recibiría una vez regresara a China.

atender a los clientes y realizar los cobros detrás del pequeño espacio detrás del mostrador donde está el cajón donde se guardan los billetes y monedas. Una vez una mujer denunció que otra se le llevó parte de su compra tras descender del mismo vehículo en el que viajaban, y llegó la policía al mini mercado para corroborar si ésta en realidad había adquirido los productos que indicó que le habían sustraído, le pregunté a Jiang si no era mejor tener una caja registradora, para que cada cliente tuviera su ticket y ella no se viese en vuelta en tales asuntos, y me contestó que habían pensado en comprar una, pero, concordando con la explicación del *chefe da Repartição de finanças*, al final no lo habían hecho porque si no finanzas les cobraría mucho más de lo que les cobran ahora. Dijo que de esa forma sabrían cuánto exactamente habían vendido, confirmando la práctica de falsear la contabilidad para maximizar beneficios.

Una de las formas comunes de la gente de dirigirse a la una o a la otra –así como también, a los comerciantes chinos de otros comercios– es llamándoles directamente *china*, no mediante su nombre. En el mini mercado Boa Compra, frecuentemente la gente entra, coge un producto, lo alza y pregunta: “*china, ¿cuánto cuesta?*”, y Jiang o Lili responden, aunque a veces la primera cuestiona esta manera de interpelarla. Por ejemplo, una vez, al preguntarle una mujer por el precio de un saco de arroz llamándola *china*, ella contestó que tenía nombre, que se llamaba Jiang, y tras repetírselo varias veces –la mujer no lograba recordarlo– acabó por decirle que la llamara por el nombre que había adoptado en Cabo Verde: Marisa. Sin embargo, al pasar unos minutos la mujer volvió a llamarla *china*, excusándose con media sonrisa por el olvido. En otra ocasión, entraron dos hombres que se sentaron a beber una cerveza en una de las esquinas del mini mercado, y al cabo de un rato vino a acompañarlos Uda, “*el representante de los chinos*” en Tarrafal, según nos comentó Alejandro, uno de los comerciantes que entrevistamos, y que también es el propietario del mini mercado que se encuentra al lado. Al acabar las cervezas, uno de los hombres se acercó a Jiang y le preguntó: “*china, ¿cuánto debo?*”, pero inmediatamente rectificó tras mirar a Uda: “*a no, no, no es china. Amiga, ¿Cuánto debo?*”. Se dio cuenta del fallo de interpelar a Jiang de esa manera ante la presencia de Uda, quien rio sucintamente.

Comúnmente, la gente entra al mini mercado y tras observar los precios o preguntar cuánto cuesta un producto, directamente le reprocha a Jiang que vende caro. Poniendo como ejemplo varios casos, un día entró a comprar la hermana de *João*, la *rabidante* que vende frutas y verduras, y le expresó a Jiang que era una “*carera*” debido al precio de una bolsa de alitas de pollo congeladas, y ésta le respondió que era igual de “*carera*” que ella con la venta de sus productos. En otra ocasión, ante el precio de una esponja para lavar los platos que costaba 30 escudos, una mujer le dijo: “*china, está muy cara*”, y ella le argumentó que las otras *lojas* las estaban vendiendo a 40 escudos. También, en la compra de unos pañales para bebé, otra mujer le reprochó que costaban 50 escudos más caros que los pañales que vendía el mini mercado de al lado, el mini mercado de Uda, y Jiang le aseguró que probablemente en el lugar donde los compraban en Praia los estaban vendiendo más caros que en otros sitios.

Con otros clientes el trato es más cercano, e incluso –contrariamente a otras de las críticas sobre los comerciantes chinos– se pudo observar que Jiang les fía. Por ejemplo, Edmilson, el ex propietario de varios comercios al cual entrevistamos, adquiere productos para su bar con la opción de pagarlos en otro momento, y ello se debe a que, según Jiang, es un buen cliente. Un día que fui a llevarle algunos productos junto a una de las empleadas, ya que la otra no se encontraba, Jiang destacó este aspecto, así como también que ella le hacía un precio especial y ganaba tan solo 3 o 5 escudos por cada producto. También se divierte con algunos compradores con los que tiene una relación de cierta confianza, rompiendo con la rutina del mini mercado. Como la vez que entró una mujer y se estiró en los sacos de arroz, y Jiang le preguntó si deseaba un sofá; como aquella otra en la que un hombre le dijo que le gustaba, que estaba enamorado, y ella le respondió que se fuera a buscar a su mujer; como la ocasión que entró una mujer diciendo cosas que hicieron que todas las trabajadoras se rieran, y que al preguntarle de qué se trataba, señaló mis partes bajas y dijo alguna cosa sobre el “*pentheiro*” (vello púbico); o como el día que entró una cliente con la que Jiang acostumbra a intercambiarse insultos y se persiguieron por los pasillos que conforman las estanterías para pegarse con trozos de cartón entre tantas otras.

Por otra parte, A partir de las 18 horas el volumen de ventas se vuelve a incrementar hasta las 20 horas, es decir, hasta el cierre del mini mercado, o incluso hasta más tarde

debido a que en muchas ocasiones el hiace con la mercancía se retrasa. En una ocasión en la que fui a beber un refresco al mini mercado antes de que cerrara, Jiang me invitó a cenar, y esperando hasta tarde a que llegara Wen, le comenté que si no cerraba no pararía de vender, a lo que respondió que por esa razón siempre estaba trabajando, abría temprano, cerraba tarde y abría los domingos.

Cuando llega Wen con la mercancía, la descarga con la ayuda de las trabajadoras, y muchas veces con la de Lili y de Lu Yi (si viene). Normalmente ellos se encargan de los productos pesados, pero si Wen viene solo los descarga con las trabajadoras. Éstos son depositados en la parte central de mini mercado, en el suelo, mientras que los menos pesados quedan al lado de las estanterías, o en dos habitaciones traseras que cumplen la función de almacén. Al acabar, en la cocina, que también está ubicada en la parte trasera y que antes era un cuarto de baño, Wen y Lu Yi se lavan las manos en una bañera que ahora sirve como lavaplatos. Seguidamente, si la descarga ha sido hecha justo antes de cerrar el comercio, en un rincón del mini mercado algún miembro de la familia coloca una tabla encima de una caja de productos, y alrededor otras cajas para sentarse a cenar lo que Lili prepara mayormente con los productos del mini mercado.

La primera vez que esta familia me invitó a cenar después de haber ayudado a descargar el hiace –mientras nos íbamos diciendo con Wen y Lu Yi cosas en chino como “burro” o “estás muy débil”–, Jiang se disculpó por las pocas comodidades que podían ofrecerme, pero le respondí, tras pedirle a Wen que me tradujera, que no hacía falta disculparse “*Méiyǒu dàoqiàn*”, que para mí era un placer. De beber los hombres tomamos cerveza y las mujeres refrescos, y de comer diferentes platos de los que todos fuimos cogiendo a la vez con los palillos: huevos con verduras, patatas cortadas en filamentos, verduras con picante, pan también elaborado por Lili, etc. Otra de las veces en la que también estuvo Zong, que hacía poco había llegado de China de comprar mercancía y visitar a su familia, hubo un bol grande con sopa de pollo que pusieron encima de una estufa pequeña, a la que fueron introduciendo patata dulce, lechuga, gambas, surimi de cangrejo, diferentes tipos de pasta, etc., y después cada uno iba cogiendo lo que quería con los palillos y lo mezclaba dentro de pequeños boles de metal con crema de cacahuete. De beber, los hombres tomamos cerveza y whisky, y las mujeres refresco.

Posiblemente la confianza que fui adquiriendo yendo cada día al mini mercado y mi estatus de europeo blanco fueron factores esenciales para que esta familia me acogiera y quisiera compartir momentos como estos conmigo. Sin embargo, y también por la confianza ganada con él ante sus acercamientos conmigo, una vez también invitaron a cenar a João, y comimos patatas cocidas con carne de cerdo, gambas, calabacín, sopa de arroz, una especie de empanadas de carne hechas con harina de trigo, etc., y de nuevo, para beber, los hombres bebimos whiskey y las mujeres refresco. Recuerdo que cuando nos sentamos a cenar, Jiang le reprochó a João con cierta complicidad, ante lo que pensaban muchos caboverdianos de que los chinos tienen mucho dinero: “*¡¿ves?, ni mesa tenemos!*”.

En cuanto a la hora de la comida, Lili la prepara y come ella primero en la cocina, y después lo hace Jiang. Una vez acompañé a esta última y comimos de pie una especie de sopa de arroz, patatas en filamentos con una salsa y pan; comida que según ella es la del día a día, ya que solamente para ocasiones como las cenas a las que fui invitado era diferente.

Después de la cena suben a su apartamento, en la segunda planta del mismo edificio donde está el mini mercado, lavan la ropa a mano, se duchan y se acuestan a dormir, o miran una telenovela china que tienen grabada en un CD, aunque muchas veces antes van a bañarse un rato a la playa. Igualmente, si el día anterior no ha trabajado hasta muy tarde, Jiang suele ir a las 6 de la mañana y vuelve a las 7 para abrir el mini mercado.

El ocio para estos comerciantes apenas existe, pues tal y como siempre destaca Jiang, así como muchos otros chinos, siempre están trabajando, siempre están ocupados. Haciéndome servir del traductor del teléfono móvil, le pregunté a Jiang, ya que no lo entendía en *crioulo*, si no se aburría pasando tanto tiempo en el mini mercado, y contestó que sí dado que no sale a pasear y que aquí tampoco tiene a su familia –sus padres, sus dos hermanos, su hijo pequeño de 8 años y su hija de 14 años). Dijo que su única función es abrir el mini mercado, trabajar todo el día, cerrarlo e irse a dormir. Durante mi estancia participando de la rutina de esta familia, la única vez que decidieron no hacer su horario habitual de trabajo fue para celebrar en la playa el

Festival de la Luna, una festividad que cada año celebran los chinos y otros pueblos asiáticos, y fue un domingo a partir de las 3 de la tarde.

Para concluir, cabe decir que otro de los aspectos en los que hace referencia Jiang es que en Cabo Verde todo es dinero, que sólo es pagar y pagar –por ejemplo, impuestos– sin recibir ayuda (por ejemplo del gobierno). También, que si van a hacerle una inspección para ver si todo está correcto, si el mini mercado está limpio, si las cosas están “*mareadas*” (malas), siempre la multan por alguna u otra razón.

Una mañana que fui al mini mercado, ésta me expresó que estaba “*cansada de trabajar*”, “*cansada de la cabeza*”, y lo dijo debido a las exigencias de tres inspectores que unos días atrás habían acudido al establecimiento, es decir, la vez que según Gilda, la comerciante a la cual entrevisté, los comerciantes chinos cerraron para evitar una fiscalización. Éstos, le indicaron que únicamente podía vender comida y que, por lo tanto, se tenía que deshacer de los bolsos que tenía expuestos colgando del techo y de los aparatos eléctricos como planchas, televisores, etc. También que no se podía tener productos alimenticios en el suelo, y le recriminaron que no tenía algunos documentos en regla.

Pocos días después, y en mi presencia, Jiang le preguntó a la hermana de *João, la rabidante*, si aún se encontraban en Tarrafal los inspectores. Al salir del comercio ésta última me explicó que la vez que el mini mercado estaba cerrado fue porque estaban multando a Jiang debido a que una de las trabajadoras, la mayor, no tenía “*carta de sanidad*”, es decir, la documentación que determina que un trabajador se encuentra en buenas condiciones. Sin embargo, en otra ocasión en que Jiang le pidió el favor a João de que le leyera una carta que le había llegado, éste después me contó que se trataba de una multa de 25.000 escudos (un poco más de 200€) a causa de que no tenía muy bien almacenados algunos productos, y de que otros estaban fuera de plazo de la fecha de consumo.

5.2. “Chobo, o Chinês com Cabo Verde no coração”

Un artículo sobre los chinos en Cabo Verde de la revista *Macau* (perteneciente al *Gabinete de Comunicação Social do Governo da Região Administrativa Especial de Macau*) publicado el 15 de octubre de 2013, integra, bajo este mismo título, una entrevista realizada a Chobo, el presidente de *la Associação de Comerciantes Chineses da Assomada* al cual hizo referencia el doctor Ernesto la vez que nos lo encontramos tomando café en uno de los bares de Tarrafal. A él también lo entrevisté yo, y me explicó cómo era el negocio los primeros años de su estancia en el país, y la transformación del mismo tras la repentina proliferación de *lojas chinas*, así como debido a otros factores²⁸.

Chobo, tal y como es conocido por chinos y caboverdianos He Yu Yan, tiene 53 años de edad y es originario de Shanghái. Éste, según el artículo de la revista, “*guarda um sentimento de pertença à China, mesmo depois de estar há mais de 20 anos radicado em Cabo Verde*”; y “*Do arquipélago da Morabeza guarda um dos diamantes mais preciosos que a vida pode dar a alguém, duas filhas que carregam o sangue crioulo nas veias*”, una de 15 años de edad y otra de 18.

En 1992, después de haber trabajado 12 años como chef en un hotel, emigró a la isla de Sal impulsado por las recomendaciones de un amigo suyo sobre la buena situación del país, y “*Hoje Chobo fala perfeitamente o crioulo e é em crioulo que propõe contar um pouco da sua história em Cabo Verde, que facilmente se pode se confundir com a história de outros chineses que escolheram as ilhas como destino de emigração*” (*Macau*, 15/10/2013).

²⁸ A pesar de mi interés por la asociación, no tuve acceso a ella, simplemente Chobo me explicó que la fundó en 2009 y es el presidente, así como también que hay 108 comerciantes chinos asociados y su función es la de ayudar con aspectos como la solicitud de residencia de los trabajadores, donar materiales escolares a la Câmara Municipal o alimentos, o discutir cuestiones que les afectan, por ejemplo, problemas con las empleadas caboverdianas. Según él, para aquel entonces se estaba hablando de que los comerciantes tienen que pagar el salario mínimo de 11,000 escudos, pues a pesar de que este se estableció en enero, se estaba pagando entre 6,000 u 8,0000 escudos. También, han acordado que si alguna empleada roba alguna cosa, la primera vez no la despiden.

En la isla de Sal estuvo 8 meses, y allí abrió un restaurante en la localidad de Santa María llamado Chinatown, con el cual ganó por día –en el uno de los periodos festivos más importantes del país– desde el 24 de diciembre hasta final de año, 1000€ (Figura 12). Después, debido a que el “*movimentu*” (movimiento) bajó, y teniendo presente que se encontraba en una zona turística con hoteles contra los cuales le resultaba difícil competir en el ámbito de la restauración, cerró el restaurante y abrió otro en la localidad de Espargos. Sin embargo, con éste tampoco tuvo mucho éxito y en 1993 se fue a Praia para entrar en el negocio de la venta de productos chinos, ya que el precio de los que en ese momento se importaban al país era muy alto. Allí, tras adquirir una licencia de importación, viajó a China y envió un contenedor de mercancía de 20 pies, cuyos impuestos de entrada al país pudo pagar en un plazo de 3 meses, a diferencia de ahora que se han de pagar de inmediato y son muchísimos más altos. Tras su regreso, vendió en una parada del mercado de Sucupira, y más tarde, ante el éxito que tuvo, abrió su propio comercio.

En 1994 se fue a vivir a Assomada, convirtiéndose en el primer chino que llegaba a ésta ciudad, y abrió otro restaurante llamado Macau que también cerró al cabo de un año, además de una escuela de Kung fu que llegó a tener más de 200 alumnos y cuya propiedad actual es de un antiguo alumno suyo.

En 1996, importó junto con un amigo un contenedor de China cuyo producto estrella fueron unas “*camisolas*” (jerséis). Por su precio, 100 escudos, vendió 6000 en una semana, pues, por ejemplo, las *rabidantes* se las compraban y después las vendían en otras islas. Recuerdo que en la primera comida a la que me invitó Chobo alardeó varias veces de haber sido el primer chino en vender “*camisolas*” a ese precio tan bajo.

En 1998, alquiló un local en el centro de Assomada, y en esta zona se estableció hasta el día de hoy, haciendo en 2004, para las fiestas de navidad, más de 400 *contos* por día (unos 4000€), y en todo ese año, 45,000,000.00 escudos (unos 400,000€). A partir de 2006, todo empezó a bajar, pero continuó ganando grandes sumas de dinero hasta el 2008, pues por las noches, al contar el dinero que había ganado durante el día se le cansaba el brazo, y podía llegar a hacer entre 70,000 (algo más de 600€) y 80,000 escudos (algo más de 700€). En cambio, en la actualidad tan solo gana por día entre

10,000 y 16,000 escudos, y ello se debe al aumento del número de *lojas chinas* (que en un día del año 2000 abrieron más de 140); a la disminución del envío de dinero por parte de los caboverdianos en el extranjero, y a que éste mayormente va destinado para la compra de comida; o a las altas tasas de impuestos que ha ido estableciendo el gobierno, etc. Chobo dijo: “*agora [el negocio] e mais e mais baixo*”.

5.3. Los caboverdianos son “*desorganizados*” e “*irresponsables*”

Después de la entrevista Chobo me convidó a comer a su casa –que está vinculada a la *loja* que actualmente tiene– en dos ocasiones, la primera vez junto a Ernesto, su antiguo ex alumno de kung fu, sus respectivas parejas, y un amigo suyo que también tiene una *loja*; y la segunda vez para el cumpleaños de su hija menor. Aquellas veces, pude observar que su *loja* es alargada, compuesta por un mostrador justo a la entrada, estanterías a los laterales y cajas de cartón en el medio abigarrados de todo tipo de productos. En el fondo hay una habitación que cumple la función de almacén, y tras cruzarla, un patio cubierto donde también se almacenan productos, pero que a la vez cumple la función de comedor, pues allí se ubica la mesa grande donde degustamos sus especialidades. Pasando este patio, está la cocina, un espacio sencillo donde predominan los ingredientes chinos y diferentes utensilios como el wok que hace servir para la mayoría de sus platos. Después, un pequeño salón con dos sofás donde se sienta a mirar a la vez dos televisores que sintonizan canales chinos. Finalmente, un lavabo y las habitaciones de él y sus hijas.

En el cumpleaños de su hija, conocí a Xu Zheng, un joven amigo suyo que había venido con su novia caboverdiana, quien me invitó a visitar su pequeño negocio de impresión digital en Praia. Éste, en aquella ocasión, mientras sus trabajadores atendían los clientes, me comentó una serie de aspectos que considera negativos de los caboverdianos. Dijo que a diferencia de China donde la familia es esencial, por ejemplo, para los negocios, en Cabo Verde la falta de matrimonio o las familias desestructuradas a causa de la falta del padre o de la madre comportan que los

caboverdianos no tengan estabilidad, que sean “*desorganizados*” e “*irresponsables*”. Por ejemplo, aseguró que si acuerdas encontrarte con alguien a alguna hora o algún día, nunca aparece²⁹

Chobo también hizo alusión, en la entrevista, a la falta de responsabilidad de los caboverdianos. Explicó que en una ocasión avaló a una persona con un préstamo de 1,200 contos, y éste nunca se hizo cargo de ello, así como también que tiene muchas joyas en su casa porque la gente las deja como garantía hasta que puedan solventar el gasto, pero tampoco vuelven. En cambio, también remarcó que los chinos se ayudan, se prestan dinero y no hay ningún problema, y que además cabe tener presente que tienen *lojas*, por lo que cuentan con recursos con que poder acreditarse.

La primera vez que Chobo me convidó a comer a su casa, su amigo también me habló sobre la cooperación entre comerciantes chinos. En aquella ocasión Xiao Lu, como se llama, me comentó que los caboverdianos se quejan de la competitividad de los chinos sin saber exactamente por qué podían vender a precios bajos. Dijo, de manera reivindicativa, que los chinos se unen para comprar en grandes cantidades, ya que de esta forma les hacen descuentos y, posteriormente, pueden vender barato. Igualmente, que los comerciantes mayoristas los llaman para que vayan a comprar debido a que gracias a su unión cuentan con el potencial para hacerlo, mientras que los comerciantes locales no, pues prefieren comprar individualmente. Cruzando sus manos manifestó el gesto de rechazó que los comerciantes locales se hacen los unos a los otros.

5.4. El problema de los robos y la ineficacia policial

En la conversación que mantuve con Xu Zheng en su establecimiento de impresión digital, otro de los aspectos que destacó fue la impunidad de la delincuencia en el país.

²⁹ Aunque también cabe decir que la falta de puntualidad entre los caboverdianos también es destacada por ellos mismos.

Aseguró que la policía puede capturar a alguien que ha cometido un robo, pero debido a que con frecuencia es difícil encontrar evidencias, lo dejan ir de la comisaria justo después de haber salido de declarar la persona que había sufrido el robo. Igualmente, que los comerciantes chinos que se encuentran en Platô –en el centro histórico de Praia– siempre observan gente merodeando con la intención de robar, y de nada les sirve avisar a la policía porque no hace nada.

Esta también es una impresión compartida por Jiang ante su experiencia trabajando en el mini mercado de Tarrafal y en el que antes tenía en Assomada. Un día que fui a visitarla, su cuñado, Wen, estaba instalando varias cámaras de video vigilancia en distintas posiciones del establecimiento porque días atrás le habían robado dos botellas de Whisky. Sin embargo, tal medida sirvió de poco debido a que en otra ocasión volvieron a robar otra botella y las cámaras captaron muy poco. Me comentó que el ladrón era un hombre negro con camisa de cuadros que aprovechó para introducir la botella en una bolsa que llevaba mientras una de las empleadas estaba mirando dentro de una de las neveras, ella estaba cobrándole a un cliente y Lili estaba cocinando; y al sugerirle que llamara a la policía expresó que no valía la pena porque es ineficaz.

La primera vez que entré con *João* al mini mercado Boa Compra, una de las cosas que Jiang nos comentó es que es su familia se comporta bien, trata a todo el mundo de la mejor manera posible y, por el contrario, en distintas ocasiones ha entrado gente que está “*moku*” (borracha) a molestarlos. En otro momento me explicó que al no quererle vender nada a un hombre debido a su estado de embriaguez, la insultó diciéndole cosas sobre su padre y su madre, y como repuesta ella lo amenazó con un cuchillo y lo hizo salir, pero éste continuó insultándola desde afuera. Entonces, acudió su marido con otro 6 amigos para protegerla, y después llegó la policía y se llevó el hombre, aunque también la reprendieron por haber utilizado el cuchillo. Esto le pareció injusto, ya que en otra ocasión que les robaron por la noche entrando por una ventana que rompieron, de poco sirvieron tras haberles avisado. Jiang, al acabar de explicarme estos percances dijo: “*ten txeu bandidus*” (hay muchos bandidos), y por eso simpatiza más o menos con los caboverdianos, pero también cabe decir que el día en que comí con ella en la cocina del comercio, afirmó que así era en todos lados, y que había

muchos caboverdianos con los cuales sí se llevaba bien, caboverdianos “*fixi*” (agradables).

Chobo también sufrió un asalto grave que se convirtió en una historia bastante conocida. Una mañana fui a visitarlo a su *loja*, y le pregunté si el bate de béisbol que tiene detrás del mostrador –al lado de la cajón que realiza la función de caja de cobro– era para su defensa, y me contestó que sí, y que también tiene una pistola debajo del cajón y otra en la parte trasera donde tiene la vivienda, y que antes tenía cuatro repartidas en distintos sitios de la *loja*, que le quitó la policía cuando mató a uno de los delincuentes que le entraron a robar. La primera vez que me convidó a comer a su casa, Chobo me explicó que unos hombres de Praia que habían ido a robar a otros sitios de Assomada también entraron a robar a su *loja*. Él forcejeó con ellos, y nos enseñó las heridas de cuchillo que tenía en la cabeza y en el cuerpo, pero debido a su *crioulo*, y al hecho de que yo lo dominaba poco porque no hacía mucho que había llegado al país, no logré entender en qué momento del incidente lo agredieron. Lo que sí que comprendí es que uno de ellos le amenazó con una pistola de fabricación casera, y tras varios intentos de dispararle, ya que afortunadamente no funcionaba, manifestó que no hacía falta que lo mataran, que les daría todo el dinero que tenía. El asaltante le pasó una mochila para que lo introdujera ahí y, a parte, se introdujo un cartucho de billetes en uno de los bolsillos de su pantalón. Cuando ya no quedaba nada, continuó insistiendo en que quería más, pero Chobo sacó la pistola de debajo del cajón y le disparó provocándole la muerte. Los otros hombres que iban con él alcanzaron a huir, y gracias a que la policía encontró el cartucho de billetes que contenía el nombre de Chobo en el pantalón del delincuente –un caboverdiano que había sido deportado de Estados Unidos y que consumía drogas– quedó exculpado del cargo de asesinato, aunque lo multaron por no tener permiso de armas y se las acabaron decomisando.

6. CONCLUSIONES

A través de esta etnografía se corrobora la hipótesis formulada en la introducción, de que “La representación de los comerciantes chinos en el discurso de mujeres y hombres de distinta condición y edad de Tarrafal es ampliamente negativa” y que “En torno a éstos discurren toda una serie de estereotipos, prejuicios y rumores”.

Como ya se ha dicho, uno de los estereotipos negativos y prejuicios sobre los chinos es el de que se trata de personas cerradas que no se integran en la sociedad caboverdiana, o que tan sólo lo hacen los que ocupan una posición relevante dentro de la “*estructura jerárquica*” de la cual forman parte. También, sobre sus costumbres y prácticas culinarias al repudiar el hecho de que consuman *sapos* o, probablemente a causa de la impresión de que tienen altos beneficios ante el gran número de establecimientos que regentan, de que “*dominan*” el comercio, de que “*están por todos lados*” o “*conquistando toda África*”, es decir, reforzando el estereotipo y prejuicio de los chinos como invasores.

Sobre la situación de los comerciantes locales distintos actores tarrafalenses destacan que han sido y están siendo perjudicados por éstos debido a su oferta de mejores precios, en parte, gracias a las rebajas con las que cuentan al unirse para comprar en grandes cantidades. Al tratarse de una generalización, también se podría decir que forma parte de las opiniones y actitudes negativas sobre los comerciantes chinos. Igualmente, cabe señalar que en base a esta explicación también gira el rumor de que, al juntarse, por ejemplo, para comprar arroz, posteriormente los comerciantes locales encuentran poco del cual poder abastecerse, y a un precio más elevado.

Otros rumores que circulan entre los ciudadanos tarrafalenses son, por un lado, de que los comerciantes chinos cuentan con la ventaja del respaldo de su inmigración por el gobierno de la República Popular y, por el otro, dada la relación entre éste y el gobierno caboverdiano, con cierta exención en el pago de impuestos. De igual modo, debido a esta misma premisa se destaca que cuentan con la ventaja de poder acceder fácilmente al país.

La astucia de los comerciantes chinos también se pone en relieve. Se recalca su “*sperteza*” de fijarse en la ropa o en los complementos de los caboverdianos con el fin de copiarlos e importar grandes cantidades, o que controlan el mercado al saber las mejores fechas de venta de según qué productos. Asimismo, se apunta que gracias a ello se han dado cuenta de la calidad de sus productos y han pasado a comprar mejores, y de los beneficios que comporta la venta de alimentos. De acuerdo al estereotipo de que los chinos son personas cerradas que no se integran en la sociedad, que no “*ofrecen intimidades*” –por ejemplo, el invitar a comer a sus casas o visitar las de los caboverdianos–, o que no confían en nadie, igualmente se enfatiza que son “*spertus*” porque tan sólo les interesa ganar dinero, y –en tono burlesco– se explica los conflictos que se generan, ya que no cambian fácilmente los productos que salen defectuosos.

En lo referido a los productos que los comerciantes chinos importan de su país, los ciudadanos tarrafalenses destacan tanto aspectos positivos como negativos. Por un lado, se expone que gracias a sus bajos precios las poblaciones como la caboverdiana pueden comprar muchas cosas que antes no podían permitirse y, por el otro lado, que la calidad de los productos que llegan a África es inferior a la de los que van a otros lugares, aunque también debido a la poca durabilidad de unos zapatos comparados en una *boutique*, supuestamente importados de Estados Unidos, se opta por los que venden las *lojas chinas*.

Por otra parte, a través de las entrevistas realizadas a los comerciantes locales, se enmarca el comienzo de su descontento, ante la difícil situación por la que atraviesan, en la “*liberalización del comercio*”, pues ello posibilitó el acceso a nuevos agentes económicos que fomentaron la competencia. Se destaca que aquellos que contaron con más capital pudieron comprar más u obtener licencias de importación y, por lo tanto, pudieron hacer frente a los nuevos comercios que fueron surgiendo, mientras que aquellos más “*débiles*”, como los propietarios de grandes *lojas* antiguas ubicadas en la capital tuvieron que cerrar sus puertas. En cuanto a Tarrafal, existían pocas *lojas* que monopolizaban las ventas. Con el tiempo fueron surgiendo otras, y de todas tan sólo las más fuertes permanecieron abiertas durante un tiempo o continúan funcionando. Ante la proliferación de comercios o debido a los precios bajos de los

productos de los comerciantes chinos que se establecieron en la ciudad, los beneficios cayeron, y los comerciantes que lograron “sobrevivir” fueron aquellos que ganaban poco o contaban con escasos “compromisos” (gastos, deudas...).

Mediante la valoración de la situación actual del negocio y de las dificultades a las que han de hacer frente gran parte de los comerciantes locales, quedan manifiestas las consecuencias de la liberalización del comercio: competencia y, en cierto modo se podría decir que debido a su no redistribución por los nuevos agentes económicos, escasez de dinero. Éstos consideran que el negocio está en declive, que tienen pérdidas, y ello se debe a la competencia, en concreto, la china. Asimismo, destacan la falta de dinero en circulación para el consumo: se manifiesta las dificultades de los clientes para hacer solventar los pagos, o que “*el poder de compra ‘sta fraku’ (débil)*”, etc. los comerciantes tarrafalenses tan solo suplen gastos o se hallan ante la limitada posibilidad de mantener o invertir en sus negocios.

Afrontar el pago de impuestos y de servicios como la electricidad, así como ir a surtirse a Praia, son otras de las dificultades con las que se topan estos comerciantes. Se destaca el alto coste de la electricidad, y sobre los impuestos su aumento y, en consecuencia, el rechazo al gobierno por ello. En cuanto al ir a surtirse a Praia se señala que sale a cuenta si es a partir de un capital elevado, pues se han de cubrir los gastos del viaje como el pago de la gasolina, o si se paga un hiacista para que transporte la mercancía después se ha de poner los precios más altos que los que estipulan los comerciantes chinos.

La estrategia de los comerciantes chinos de asociarse para abastecerse en los establecimientos mayoristas de Praia también es señalada por los comerciantes tarrafalenses. A pesar de que varios comerciantes chinos aseguraron que realizaban sus compras en grupo, en el mini mercado donde se llevó a cabo parte del trabajo etnográfico no pudo comprobarse si la mercancía que llegaba había sido comprada con otros comerciantes independientes de este establecimiento. Por otro lado, aunque muchos caboverdianos hablan de esta estrategia de forma crítica, los comerciantes entrevistados consideran que la falta de cooperación es un gran problema, y ello se debe al prejuicio existente de que aquel que va con la idea de asociarse desea el

beneficio propio, o, simplemente por la competencia. También, éstos hacen hincapié en su indignación ante la desaparición de un sentido de “comunidad” valorada a través de la compra a los propios caboverdianos, es decir, se opina negativamente de los clientes que solo acuden a ellos para comprar fiado, o de que los propios comerciantes que antes se abastecían comprándose los unos a los otros ahora acuden a los comerciantes chinos.

Igualmente, los comerciantes locales comentan las diversas ventajas con las que cuentan los chinos, aunque haciendo algunas puntualizaciones. Exponen que éstos últimos cuentan con una ayuda del gobierno de su país que se traduce en el pago del coste de sus viviendas y, gracias al soporte de China a Cabo Verde, cuentan con fácil acceso al país, así como con privilegios en el pago de impuestos. Destacan en referencia a los impuestos a los que están sujetas las mercancías que entran a Cabo Verde, la exención del pago de impuestos, y en referencia a los impuestos que no son competencia de los servicios aduaneros, que pagan impuestos más bajos.

Sobre la “*sperteza*” de los comerciantes chinos destacan de manera similar los aspectos anteriormente. Se alude de que si alguien compra un producto que es de mejor calidad que los que venden los *chinos*, ese producto se convierte en un modelo que éstos van a mandar a fabricar. Del estereotipo de tratarse de personas cerradas, se enfatiza que al no confiar en los demás no permiten la compra fiada, y del prejuicio de que tan sólo les interesa lucrarse, que su tendencia no es la de introducir productos de buena calidad. Asimismo, en torno a “*sperteza*” gira el rumor de que escapan de las contribuciones que deben pagar al Estado, por ejemplo, pagando por un sólo negocio registrado cuando en realidad se tiene más, o en relación a los productos que venden. Los comerciantes locales comentan que los comerciantes chinos manipulan los productos sustrayéndoles parte de su contenido, por ejemplo, a los sacos de arroz, de mijo o a las cajas con piezas de pollo; que mezclan productos de buena calidad, como el arroz perfumado, con otros de mala calidad; que cambian las fechas de los productos que están a punto de caducar o ya han caducada; o que manipulan las basculas de peso, pues el valor de una cantidad pesada en sus comercios difiere de la pesada en los de los comercios locales.

En cuanto a los productos chinos, estos comerciantes locales enfatizan de que se trata de productos de baja calidad, productos que son “*frakus*”, falsos, aunque algunos también señalan que es así porque el poder de compra en Cabo Verde es bajo, y que si la gente contara con recursos consumiría productos más caros, de mejor calidad, y más beneficiosos para la población.

En los argumentos de los trabajadores de la *Câmara Municipal* y del *chefe da Repartição de finanças* se puede apreciar que estos en gran medida mantienen una postura positiva frente a los comerciantes chinos dado los cargos que ocupan y, se podría añadir, debido a que el partido a cargo de la *Câmara* y que gobierna el país mantiene fuertes vínculos con el gobierno chino

De estos se remarca el aspecto positivo del “*lucro*” que aportan a través del pago de impuestos que cobra la *Câmara* o del pago de impuestos para las arcas del Estado. De igual modo, debido a que suponen más oferta a un precio más reducido, que rompen con el monopolio de algunos establecimientos, por el empleo que están generando, o por la accesibilidad de sus productos.

Ante la competencia que suponen los comerciantes chinos se destaca que los locales tendrían que conseguir salir a delante, pero no pueden “no tienen cultura de juntarse”, formación en el sector del comercio ni suficiente capacidad para ir a abastecerse a *Praia*, tal como se explicado antes.

Al exponer las preocupaciones de los comerciantes tarrafalenses por la dificultad de afrontar el pago de impuestos debido a sus altos importes, los funcionarios públicos aseveran que éstos hablan de forma negativa porque no quieren pagarlos, o ante las opiniones de que han subido, se destaca la bajada de un tipo de impuesto en concreto como forma de contradecirlos y, además, se aclara que se paga más impuestos porque al realizar la fiscalización se comprueba que el volumen de ventas es mucho más elevado de lo que se declara.

Algunos de estos trabajadores también consideraran que los comerciantes chinos cuentan con algunas de las ventajas expuestas arriba, que “*fogem*” del “*pagamento*” de impuestos, o que manipulan los productos, pero igualmente ello es rebatido. Se

desmiente el hecho de que cuenten con exención de pagar los impuestos a los que están sujetas las mercancías que entran al país, o que de que paguen por una sola *loja* cuando tienen más. Ante estos rumores, más bien se destaca la evasión fiscal de los locales, y se comenta que es un deber no asimilado culturalmente por los caboverdianos o en África en general. Sobre los comerciantes chinos el único problema que se señala es que, como consecuencia del parecido entre unos y otros tanto en el aspecto físico como en los nombres, se ha creído que el propietario de una *loja* era el de siempre, y cuando se ha ido a cobrar los impuestos que debía se descubre que el que regenta el establecimiento es otro al cual el propietario original había traspasado el negocio.

Otra postura positiva se debe a la relación económica que se mantiene con los comerciantes chinos. Se valora sobre todo su responsabilidad en contraposición a la de los caboverdianos, tal como a la hora de hacer frente al pago de sus alquileres, pues con ellos no hay ningún inconveniente, mientras que con los segundos sí, ya que suelen retrasarse. Igualmente, se pone el foco en el beneficio que ha comportado su oferta de productos baratos, en gran parte debido a que prefieren vender el máximo posible con poco margen, que vender pocos productos con mayor beneficio, especialmente si se indica que para mucha gente es más importante el precio que la calidad.

En relación a las quejas de los comerciantes locales sobre los efectos de la competencia, la opinión de quién está en estrecha relación con los comerciantes chinos es que hay que tener presente que antes de la llegada de éstos los pocos comerciantes que había vendían a precios elevados gracias a que no contaban con competidores que los obligaran a rebajarlos. Esto es, como indicaron varios trabajadores públicos, que existía un monopolio de las ventas. También se refuta varios de los rumores, tal como el de que no pagan impuestos. Ante este rumor se resalta que los “nacionales” evaden mucho más que los chinos, así como que la razón de que ello se produzca se debe al funcionamiento del sistema de fiscalización de Cabo Verde.

Finalmente, los trabajadores locales en establecimientos chinos ponen de manifiesto que el salario que perciben no cumple con sus expectativas, y dadas las duras labores que han de realizar en el contexto descrito, no es suficiente, pues no llegan a pagar gastos esenciales. En cuanto al trato personal, se destaca que la relación con el “patrón” y su familia es buena.

Pasando a la segunda parte de la etnografía, se puede confirmar la hipótesis de que “Los mini mercados de comerciantes, que han sido una alternativa a la saturación del comercio de productos importados de China, funcionan del mismo modo que las tiendas de venta al por menor de estos productos...”.

Mediante la realización de este trabajo se ha podido apreciar la similitud entre los mini mercados y una *loja* china, en concreto el mini mercado Boa Compra. Vemos que éste está situado en eje comercial de Tarrfal y cuenta con una sala de exposición con todo tipo de productos alimenticios y diversos productos chinos alienados en estanterías – aunque a diferencia de las *lojas*, mejor organizados– o en el suelo, así como con dos habitaciones en la parte trasera que cumplen la función de zona de almacenaje. La casa de la familia de comerciantes está ubicada en la segunda planta del mismo edificio donde se encuentra el establecimiento, aunque la cocina se halla ubicada en una habitación que antes cumplía la función de lavabo también en la parte trasera del establecimiento, y el espacio donde se satisfacen la necesidad básica del consumo de alimentos es en esta o en una esquina de la sala exposición, esto es, se coloca una tabla encima de una caja de productos, y alrededor otras cajas para sentarse.

Este mini mercado pertenece a una familia joven procedente de la provincia de Hebei. De su administración se encarga una mujer de 35 años con la ayuda de otra de 30 años, pero desde hace poco tiempo con la obertura de otro en Tchon Bon, una de ellas se ha quedado y la otra ha ido administrar este último, cada una contando eso sí, con la ayuda de otra familiar también de origen chino, una de 23 años y otra de 19 años. Asimismo, de su constante aprovisionamiento se ocupa un hombre de 30 años, y en ocasiones en compañía de otro de 23.

A las 7:30 de la mañana está abierto y registra mayor intensidad de ventas entre las 11 y las 14 horas, y entre las 18 y las 20 horas o incluso hasta más tarde, y se podría decir

que, a diferencia de las *lojas* de venta de productos alimenticios de los comerciantes locales, el flujo de clientes y el volumen de las compras son mucho más elevados. También, del mismo modo que en muchas *lojas chinas* hay dos mujeres tarrafalenses contratadas, que se encargan de labores como las de limpiar, reponer las estanterías, descargar mercancía, etc. del cobro a los clientes, de estar siempre detrás del pequeño espacio detrás del mostrador donde se encuentra el cajón en que se guarda el dinero, se encarga la administradora china o su ayudante del mismo origen. No hay caja registradora para evitar pagar a finanzas mucho más de lo que ya se paga, pues con ella se sabría exactamente cuánto exactamente se ha vendido.

En cuanto al trato con los clientes, la forma de dirigirse a estas comerciantes llamándolas directamente *china* o el reprocharles que venden caro genera cierta tensión. Por otra parte, se pudo apreciar que con muchos se tiene un trato bastante cercano y, por lo tanto, se les fía o se divierten con ellos. El tiempo dedicado al ocio por parte de esta familia de migrantes chinos es limitado, su momento de esparcimiento es a la hora de la cena, yendo al mar después de esta o a primera hora de la mañana, o mirando una telenovela china antes de irse a adormir.

A partir del testimonio de cómo era el comercio de productos chinos antes de su saturación se puede deducir que la entrada al comercio de venta de productos de alimentación ha sido y está siendo una respuesta idónea a tal crisis. En la década de los 90 establecimientos como los restaurantes aportaban grandes sumas de dinero, y el negocio de la venta de productos chinos aún más teniendo en cuenta que el precio de los productos que se importaban al país era muy alto, y los impuestos de entrada al país de un contenedor se podían pagar en un plazo de tres meses. Sin embargo, el éxito de éstos no duro demasiado.

En el año 2004, para las fiestas de navidad, se reportan altas ganancias, y a partir del 2006 y en concreto del 2008 éstas disminuyeron, siendo hoy en día ínfimas si se comparan. El aumento del número de *lojas chinas*, la disminución del envío de dinero por parte de los caboverdianos en la diáspora, y a que éste mayormente va destinado para la compra de comida, así como los altos impuestos que ha ido estableciendo el gobierno, son las causas de tal declive.

Finalmente, también se puede confirmar la hipótesis de que “tanto la representación de los caboverdianos en el discurso” de los comerciantes chinos, “como la valoración de las de las exigencias a las que deben hacer frente y acerca de la seguridad en el país, son negativas”.

Referente al primer aspecto, se destaca que los caboverdianos no tienen estabilidad, que son “*desorganizados*” e “*irresponsables*”, y ello se debe a que, a diferencia de China donde la familia es esencial, a la falta de vínculos conyugales o a la desestructuración de las familias a causa de la falta del padre o de la madre. Se explica, por ejemplo, que si se acuerda el encontrarse con un caboverdiano a alguna hora o algún día, éste no se presenta, o que compran dejando joyas como garantía hasta que puedan solventar el gasto, pero no vuelven. En cambio, entre los chinos se ayudan, se prestan dinero y no surge ningún inconveniente.

Y base el segundo aspectos cabe exponer la consideración de que en Cabo Verde constantemente se ha de pagar, por ejemplo, impuestos, sin recibir ayuda, tal como la del gobierno, así como también, de que las inspecciones siempre comportan multa por alguna u otra razón. Asimismo, frente al problema de los hurtos a los que se enfrentan los comerciantes chinos, de que la actuación policial es ineficaz.

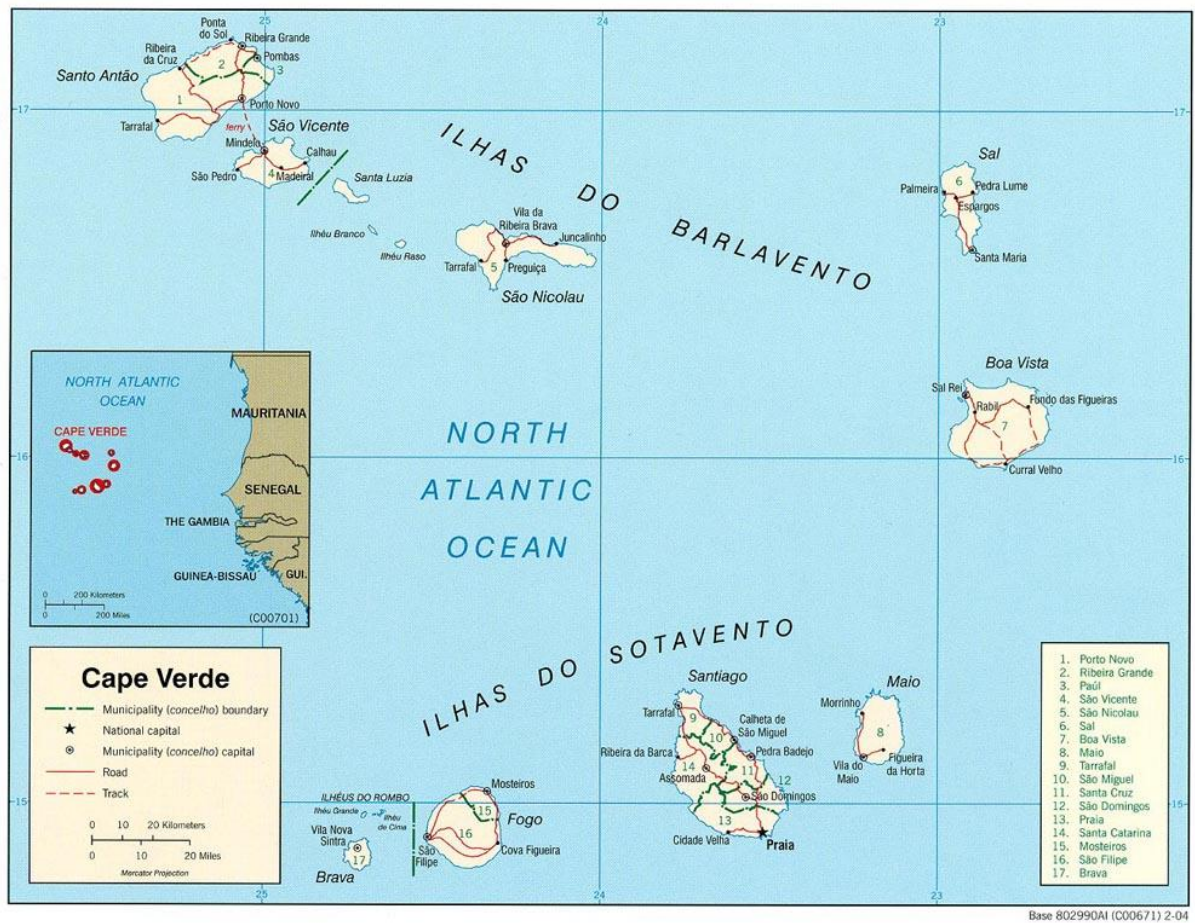


Figura 1. Mapa del Archipiélago de Cabo Verde, con atención a la isla de Santiago. Fuente: Internet.



SANTIAGO

Figura 2. Mapa de la isla de Santiago. Fuente: Tríptico "Tarrafal, uma alternativa um destino".



Figura 3. Interior de un mini mercado de propietarios chinos en el centro de Tarrafal. Fuente: Julian David Loaiza



Figura 4. Loja china en Praia, en una de las principales calles de Platô. Fuente: Julian David Loaiza.



Figura 5. Exterior de un mini mercado de propietarios chinos en el centro de Tarrafal. Fuente: Julian David Loaiza



Figura 6. Mesmo mini mercado que el de la figura anterior. Fuente: Julian David Loiza.



Figura 7. *Loja China* en Tarrafal. Fuente: Julian David Loiza.



Figura 8. Misma *loja china* que la anterior. Fuente: Julian David Loiza.



Figura 9. Interior de una *loja china* en Tarrafal. Fuente: Julian David Loaiza.



Figura 10. Comerciante China en su *loja* de Tarrafal. Fuente: Julian David Loaiza.



Figura 11. Interior de un mini mercado de propietarios chinos en Tarrafal. Fuente: Julian David Loaiza



Figura 12. Chobo, cocinando en su casa para unos amigos. Fuente: Julian David Loaiza.

7. BIBLIOGRAFÍA

ALDEN, Chris. *China en África*. Barcelona: Intermón Oxfam, 2008.

BOURDARIAS, Françoise. Chinois au Mali: une pluralité de mondes sociaux. *Revue européenne des migrations internationales*. 2009, vol. 25, núm. 1, p. 7–24.

BREDELOUP, Sylvie; BERTONCELLO, Brigitte. La migration chinoise en Afrique: accélérateur du développement ou «sanglot de l'homme noir»? *Afrique contemporaine*. 2006, vol. 2, núm 218, p. 199-224.

CHANG, Sen-dou. The Distribution and Occupation of Overseas Chinese. *Geographical Review*. 1968, vol. 58, núm. 1, p. 89-107.

DOBLER, Gregor. South-South Business Relations in Practice: Chinese Merchants in Oshikango, Namibia. September 2005.

DOBLER, Gregor. Chinese Shops and the Formation of a Chinese Expatriate Community in Namibia. *The China Quarterly*. 2009, vol. 199, p. 707-727.

ESTEBAN, Mario. A Silent Invasion? African Views on the Growing Chinese Presence in Africa: The Case of Equatorial Guinea. *African and Asian Studies*. 2010, vol. 9, p. 232-251.

GADZALA, Aleksandra. Survival of the fittest? Kenya's jua kali and Chinese businesses. *Journal of Eastern African Studies*. 2009, vol. 3, Núm. 2, p. 202–220.

GADZALA, Aleksandra. From formal to informal sector employment: Examining the Chinese presence in Zambia. *Review of African Political Economy*. 2010, vol. 37, Núm. 123, p. 41–59.

HAUGEN, Heidi. Chinese Exports to Africa: Competition, Complementarity and Cooperation between Micro-Level Actors. *Forum for Development Studies*. 2011, vol. 38, núm. 2, P. 157-76.

HAUGEN, Heidi; CARLING, Jørgen. On the edge of the Chinese diaspora: The surge of baihuo business in an African city. *Ethnic and Racial Studies*. 2005, vol. 28, núm. 4, p. 639-662.

HORTA, Gerard; Malet, Daniel. *Hiace: Antropología de las carreteras en la isla de Santiago (Cabo Verde)*. Barcelona: Pol.len, DL, 2014.

FIKES, Kesha. Late Capitalism in Cape Verde: commerce, migration, and privatization. *Transition*. 2010, vol. 103, p. 56-67.

LARIBEE, Rachel. The China shop phenomenon: trade supply within the Chinese diaspora in South Africa. *Afrika Spectrum*. 2008, vol. 43, núm. 3, p. 353-370.

MA MUNG, Emanuel. The New Chinese Migration Flows to Africa. *Social Science Information*. 2008, vol. 47, p. 643-659.

LEE, Margaret. Uganda and China: Unleashing the power of the dragon. En *China in Africa*, ed. Henning Melber (Uppsala: Nordiska Afrikainstitutet, 2007), 34.

MOHAN, Giles; TAN-MULLINS, May. Migrants in Africa as new agents of development? An analytical framework. *European Journal of Development Research*. 2009, vol. 21, núm. 4, p. 588-605.

MOORE, markéta; TUBILEWICZ, czeslaw. Chinese migrants in the Czech Republic. Perfect strangers. *Asian Survey*. 2001, vol. 41, p. 611-28.

PIEKE, F. N. Editorial Introduction: Community and identity in the new Chinese migration order. *Population, Space and Place*. 2007, vol. 13, núm. 13, p. 81-94.

SILK, Mitchell; MALISH, Richard. Are Chinese Companies Taking Over the World? *Chicago Journal of International Law*. 2006, vol. 7, núm. 1, p. 105-131.

TRAJANO, Wilson. 1993. Rumores: Uma narrativa da nação. *Série Antropologia* 143, Brasília: Departamento de Antropologia/UnB.

XIANG, Biao. Emigration from China: A Sending Country's Perspective. *International Migration*. 2003, vol. 41, núm. 3, p. 21-48.

PARK, Yoon Jung. January 2009. "Chinese Migration in Africa" Occasional Paper No. 24, China in Africa Programme, South African Institute for International Affairs. Johannesburg: SAIIA (17 pp).