

DOCUMENTOS
DEL OBSERVATORIO
PERMANENTE DE LA INMIGRACIÓN



12

Empresariado étnico en España

Joaquín Beltrán
Laura Oso
Natalia Ribas
(Coordinadores)

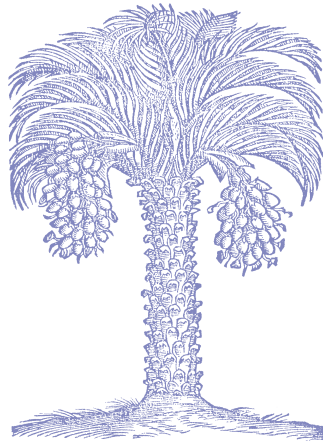
NIPO: 201-06-181-3



SECRETARÍA DE ESTADO
DE INMIGRACIÓN Y
EMIGRACIÓN

OBSERVATORIO PERMANENTE
DE LA INMIGRACIÓN





Empresariado étnico en España

Todos los derechos reservados. Este libro no podrá, total o parcialmente, ser objeto de cualquier modalidad de reproducción o transmisión electrónica o mecánica, inclusive el sistema de reprografía, grabación o cualquier otra forma de almacenaje de información, sin la autorización escrita previamente dada por el Editor.

Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://publicaciones.administracion.es>



© Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y Fundació CIDOB
Edita y distribuye: Subdirección General de Información
Administrativa y Publicaciones
Agustín de Bethencourt, I I. 28003 Madrid
Correo electrónico: sgpublic@mtas.es
Internet: <http://www.mtas.es>

Diseño de cubierta: C & G Comunicación Gráfica, S.L.

NIPO: 201-06-182-9
ISBN 10: 84-8417-224-4
ISBN 13: 978-84-8417-224-6
Depósito legal: S- 2006

Impresión: Gráficas Varona, S.A.



Empresariado étnico en España

Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas
(Coordinadores)

PRESENTACIÓN

El libro *Empresariado étnico en España* nos presenta el trabajo de diversos investigadores que han intentado dar respuesta a las preguntas sobre el porqué, dónde y cómo desarrollan los inmigrantes sus empresas en los países de acogida.

Los trece artículos del libro se organizan en cinco capítulos, agrupados por grandes temas como son la importancia del factor geográfico, el contenido económico de la actividad laboral y vital, las relaciones de género y sus repercusiones, cómo lo económico incide en el capital social y cultural que crean estas relaciones empresariales, y como último capítulo la repercusión en la movilidad social de estos nuevos miembros en la sociedad de destino.

El origen de estos estudios y su teorización se llevó a cabo en Estados Unidos, como se analiza en el primer capítulo, pero han sido varios investigadores españoles los que han realizado rigurosas y documentadas aportaciones sobre esta nueva realidad social en España. Este es uno de los motivos fundamentales por los que esta Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, a través del Observatorio Permanente de la Inmigración, ha promovido y financiado la coedición de esta obra con la Fundació CIDOB, institución en la que colaboran varios de los autores, y el interés de difundir una temática tan novedosa en los estudios en España.

En estos trabajos se muestra una nueva realidad social visible en el espacio urbano de las principales ciudades españolas, que constituye el “empresariado étnico”, expresión que se vincula a una actividad empresarial realizada por lo general por determinados grupos de origen migrante y su significativa dependencia de recursos proporcionados por sectores étnicos.

La presencia de comercios propiedad de inmigrantes con ofertas de productos de sus países de origen es uno de los principales indicadores que da cuenta de la presencia multiétnica actual en España. Esta presencia de productos de orígenes diversos junto con los tradicionales de nuestras ciudades van modificando el consumo y ayuda a los intercambios culturales.

Esta publicación pretende aportar conceptos teóricos e investigación empírica de un hecho novedoso y de gran impacto en la transformación de los centros urbanos de las grandes ciudades, como es la aparición de una amplia red de comercios regentados por personas de otras nacionalidades y que se dirige a unos potenciales clientes, conviviendo la mezcla de orígenes, tendencias y costumbres. Todo esto no hace sino confirmar el carácter heterogéneo y amplio que el fenómeno migratorio tiene en el entramado social y en sus manifestaciones más cotidianas de las sociedades de acogida.

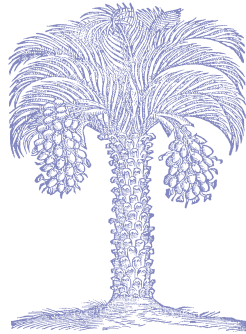
El libro recoge las ponencias presentadas por catorce autores de distintas procedencias geográficas y científicas en un seminario organizado por la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde estas páginas quiero manifestar mi agradecimiento a los profesores Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas, que lo han recopilado y actualizado para su publicación en la “Colección Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración”. Dada la vinculación de algunos autores con la Fundació CIDOB y el contenido e interés de las colaboraciones, se ha editado conjuntamente con esta entidad, tan arraigada y prestigiosa en el estudio de los movimientos migratorios, como una muestra más del deseo de esta Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración de estar presente en todas las manifestaciones y asuntos referentes a los temas migratorios.

*Consuelo Rumí Ibáñez
Secretaria de Estado de Inmigración y Emigración
Presidenta del Observatorio Permanente de la Inmigración*

ÍNDICE

Presentación	7
Parte I. Una aproximación teórica.....	11
Un campo de estudio para el empresariado étnico en España <i>Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas</i>	13
Economías étnicas <i>Ivan Light</i>	41
La formación de empresariado inmigrante en el contexto español <i>Yolanda Herranz</i>	69
Parte II. Inserción en el entramado urbano.....	101
Comercios y servicios de los inmigrantes en la Comunidad de Madrid: un enfoque geográfico <i>Mónica Buckley</i>	103
Iniciativas comerciales inmigrantes en un contexto urbano en transformación: el caso de Ciutat Vella (Barcelona) <i>Jordi Moreras</i>	129
Emprendedores étnicos en Almería: un reto frente a la discriminación laboral, jurídica y social <i>Ángeles Arjona</i>	155
Vender en la calle <i>José Luis Molina y Aurelio Díaz</i>	181

Parte III. La perspectiva de género	195
Trabajadoras inmigrantes por cuenta propia. Una aproximación descriptiva <i>Colectivo Ioé (Carlos Pereda)</i>	197
Empresariado étnico y relaciones de género. Mujeres dominicanas y marroquíes en Madrid y Barcelona <i>Laura Oso y Natalia Ribas</i>	211
Parte IV. Capital social y cultural.....	229
El empresariado como modo de vida. El caso de los inmigrantes chinos <i>Joaquín Beltrán</i>	231
Los “móodu-móodu” y su impacto en la sociedad de origen <i>Rafael Crespo</i>	249
Dinámicas y estrategias socioculturales de inserción económica de los migrantes senegaleses: una indagación etnográfica <i>Alejandro Goldberg</i>	263
Parte V. Movilidad y circularidad	287
El negocio de la maleta en Alicante y Tánger: descifrando el circuito mediterráneo <i>Natalia Ribas y Juan David Sempere</i>	289
Colaboradores	311



**PARTE I:
UNA APROXIMACIÓN
TEÓRICA**

Un campo de estudio para el empresariado étnico en España

Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas

Sobre el interés del empresariado étnico

El desarrollo de España como país de destino para movimientos migratorios, cada vez más intensos y diversos, ha suscitado una producción científica que ha acompañado a este fenómeno en sus sucesivas etapas y en sus múltiples dimensiones. Cuando la sociedad española pasó a convertirse en sociedad receptora de inmigración extranjera, especialmente a partir de la década de 1980, los investigadores comenzamos a interesarnos sobre quién venía y por qué. Fueron años en que vieron la luz numerosos estudios centrados en perfilar un primer panorama sobre la configuración de los flujos migratorios de entrada, la inserción de los inmigrantes en el mercado de trabajo, su distribución geográfica, su situación jurídica, sus condiciones de vida y expectativas de futuro, el bagaje cultural, así como las diversas experiencias de racismo y xenofobia. En esta primera etapa abundaron los trabajos de corte cuantitativo (utilizando una explotación de fuentes secundarias), así como las monografías por nacionalidad (marroquíes, peruanos, dominicanos, etc.), que habitualmente quedaban acotadas a un espacio específico del territorio estatal.

Unos veinte años más tarde, aproximadamente, la inmigración en España ha cambiado en gran medida tanto en la velocidad y en la forma como en el fondo. También se han vuelto a cuestionar los interrogantes que suscita el tema a la comunidad científica, así como las problemáticas consideradas como objeto de estudio. Las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona (y en concreto barrios de los centros históricos, como Lavapiés en Madrid y el Raval en Barcelona, ciudades-dormitorio situadas en la periferia de Madrid, o de Barcelona, como el barrio de Fondo en Santa Coloma de Gramanet) empiezan a constituirse en mosaicos étnicos, al igual

que sucediese con otras zonas metropolitanas de sólida tradición migratoria, tales como Ámsterdam, Berlín, Bruselas, Londres, Miami, Nueva York o París. Se trata de lugares donde los colores provenientes de remotos lugares del mundo se insertan en el bullicio del tráfico y el gris del asfalto, donde conviven sabores latinoamericanos, africanos, árabes y asiáticos mezclados con las tascas y pequeñas tiendas barcelonesas y madrileñas. Carnicerías *halal*, teterías árabes, colmados al estilo latinoamericano, locutorios y centros de envío de dinero, tiendas de talla de madera, peluquerías senegalesas, comercio chino de venta de bolsos, ropa al por mayor, tiendas de regalos y las diversas transformaciones de las tiendas de todo a 100. Y por doquier una fuerte presencia extranjera en los mercadillos. Vendedores y clientes coétnicos o simplemente jóvenes autóctonos, ávidos de un consumo cosmopolita, conviven en dichos barrios, los cuales no siempre representan un espacio de intercambio cultural. Con frecuencia, las poblaciones comerciantes envejecidas y faltas de relevo generacional, o que han huido por diversas razones de estos barrios a zonas más *gentrificadas*, van alquilando sus locales a los inmigrantes, que suelen proponer buenas ofertas por sus establecimientos. En fin, otros lugares, donde hace unos años era impensable una transformación de este tipo (como ocurre, por ejemplo, en el poniente almeriense o la Costa Brava catalana), son también escenario de este “nuevo mosaico étnico”.

La proliferación de comercios que ofrecen productos “exóticos” o simplemente que son propiedad de inmigrantes, es uno de los principales indicadores que dan cuenta y visibilizan la presencia multiétnica actual en el espacio urbano de las principales ciudades españolas, así como también la transformación de los hábitos en el consumo “exótico” por determinados grupos de las clases medias urbanas. No obstante, el interés por esta problemática social tuvo sus orígenes al otro lado del Atlántico. El considerable incremento de los pequeños empresarios entre la población migrante, tanto en Estados Unidos, como en el norte de Europa fue lo que estimuló el debate sobre el empresariado étnico. Así, los investigadores norteamericanos y europeos (especialmente los primeros) desarrollaron ya, desde los años setenta del siglo pasado, una interesante línea de investigación centrada en el rol social de los pequeños empresarios en las economías urbanas avanzadas (Light, 1972; Body-Gendrot y Ma Mung, 1992; Light y Rosenstein, 1995; Portes y Stepchick, 1993; Rath y Kloosterman, 1998; Waldinger, 1996, entre otros).

A partir de la existencia de una amplia literatura internacional, creemos que hoy le toca a la sociedad española abarcar esta problemática de investigación. De ahí el motivo por el que los investigadores hayamos pasado de preguntarnos ¿por qué vienen los inmigrantes? a plantearnos ¿por qué, cuándo, dónde y cómo montan empresas? Las respuestas se vinculan al propio desarrollo de la dinámica migratoria en este país, donde la etapa marcada principalmente por la preocupación ante las “llegadas” ha ido poco a poco dejando paso al interés por el asentamiento y, como marca del mismo, al establecimiento de negocios por parte de los inmigrantes.

Este cambio general se conjuga con la especificidad de España en tanto contexto receptor de inmigración. En efecto, los inmigrantes, a pesar de la importancia de su rol como actores sociales, deben lidiar con unas políticas de inmigración y con un sistema de regulación específico, bien sea respecto al mercado de trabajo, o a las normas del Estado del bienestar (con sus características bien concretas para el caso español). Este contexto define el contorno de la estructura de oportunidades plausibles a la iniciativa empresarial de los inmigrantes, ya sea de los alemanes en Mallorca, de los chinos en Madrid, de los marroquíes en los mercados barceloneses o de los indios en el bien asentado comercio internacional de las islas Canarias.

Esta obra, fruto de un seminario que se celebró en la Universidad Autónoma de Barcelona¹, reúne algunas de las investigaciones que sobre la temática del empresariado étnico se han realizado en España, especialmente respecto a los inmigrantes de origen extranjero. Su objetivo principal consiste en ofrecer una primera aproximación general al estado de la cuestión, además de tratar de perfilar las líneas de investigación pendientes para el futuro. A pesar de que el concepto de *empresariado étnico* no esté ausente de críticas por sus propias connotaciones etnocéntricas, hemos optado por él. Puesto que, a diferencia del término *empresariado inmigrante*, nos permite incluir el dinamismo de los empresarios gitanos², tan importante a considerar en esta temática (aunque al final no tuviésemos ninguna contribución que lo comprobase). Concepto controvertido, el de *empresariado étnico*, puesto que si de etnia y de empresarios se trata nos podríamos preguntar ¿por qué sólo estudiar las etnias minoritarias (gitanos e inmigrantes) y no también a la(s) mayoritaria(s)? Otro argumento que se puede esgrimir es que un número considerable de empresarios de origen extranjero ha dejado de pertenecer a la categoría administrativa de inmigrante porque se ha nacionalizado o naturalizado español. Su cambio de estatus

¹ Laura Vea y Sònia García nos ayudaron a hacer posible la buena marcha del seminario que tuvo lugar en la Universidad Autónoma de Barcelona en junio de 2002. Les agradecemos aquí su eficiencia y amabilidad, así como el apoyo logístico ofrecido por el Centre d'Estudis Internacionals i Interculturals de la Universidad Autónoma de Barcelona, y la colaboración de la Universidad da Coruña, de la Universitat Oberta de Catalunya y del Institut Europeu de la Mediterrània. La idea de este seminario se gestó en un encuentro organizado por la European Science Foundation-SCSS sobre inmigrantes y empresarios asiáticos en la Unión Europea, que tuvo lugar en la Universidad de Nijmegen, Países Bajos, en 2001, y donde participamos los tres autores de esta introducción y editores del volumen aquí presentado.

² Los gitanos han realizado tradicionalmente actividades comerciales muy relacionadas con la venta ambulante. Pudiendo interpretarse en este caso, al igual que veíamos para algunos inmigrantes, el *empresariado étnico* como una estrategia de respuesta ante la discriminación que se sufre en el mercado de trabajo normalizado. No obstante, el análisis debe entenderse sobre todo desde la concepción del trabajo para el gitano, la noción de “*empresariado*” es para ellos sobre todo una “cosa de payos”. El trabajo por cuenta propia les ha ofrecido una forma de vida autónoma y les ha permitido utilizar y desarrollar, en toda su extensión, sus redes sociales, sobre la base de las redes familiares. El concepto de trabajo para los gitanos se resume en una frase “se trabaja para vivir y no se vive para trabajar”. En este caso, el *empresariado étnico* supone un medio de supervivencia por elección propia.

jurídico no afecta necesariamente a la transformación radical de su etnicidad. Sin dejar de ser conscientes de la limitación conceptual de *empresariado étnico*, nos hemos decantado por este término, en la medida en que la investigación en Europa sobre esta problemática ha utilizado tradicionalmente este concepto y nos ha parecido más operativo para describir las estrategias de adaptación de los inmigrantes y gitanos en España. No obstante, antes de abordar con mayor profundidad la cuestión en torno a la definición del concepto, pasamos a ofrecer un panorama sobre la magnitud del fenómeno.

¿Cuál es el eje del cambio cuantitativo del empresariado étnico en España? Echemos una ojeada a algunas cifras al respecto. La fuerte intensidad migratoria que se ha producido en los últimos años se refleja en el volumen de población extranjera. En tan sólo nueve años se ha multiplicado casi por catorce, pasando de 269.089 personas empadronadas en 1996 a 3.730.610 en 2005 (a 1 de enero), representando en esa fecha el 8,4% del total de la población. Si analizamos las cifras sobre población inmigrante en general, lo cual incluye no sólo a los extranjeros sino al conjunto de la población nacida en el extranjero (a 1 de enero de 2005), el número aumenta a 4.391.484 personas, lo cual supone el 10% de la población total (Padrones Municipales de Habitantes-INE).

Para poder dar cuenta de la magnitud del trabajo por cuenta propia de los inmigrantes podemos recurrir a las estadísticas de permisos de trabajo en vigor. Según estos datos, el 14 de enero de 2005, el stock de permisos de trabajo en vigor a extranjeros ascendía a 1.140.426. En esta fecha sólo un 12,3% de los extranjeros tenían un permiso de trabajo por cuenta propia. Del total de extranjeros con un permiso de trabajo por cuenta propia, predominan aquellos procedentes de colectivos con una mayor tradición de asentamiento en territorio español, a saber: británicos (13,4%), alemanes (9,2%), chinos (8,3%) y marroquíes (7,7%). Los italianos (6,7%), franceses (5,4%) y colombianos (4,9%) les siguen en importancia numérica. No obstante, si calculamos el porcentaje de extranjeros con un permiso de trabajo en vigor respecto al total de extranjeros del mismo origen nos damos cuenta de aquellas comunidades en las cuales el trabajo autónomo está más desarrollado. Destacan en este caso los británicos (37,3%), alemanes (34,5%) y chinos (31,5%). Franceses (22,8%), italianos (20,7%), brasileños (14,8%), venezolanos (13,6%) y argentinos (14,0%) también tienen una presencia no desdeñable de trabajadores por cuenta propia (Anuario Estadístico de Inmigración, 2004).

Respecto a los trabajadores extranjeros afiliados a la Seguridad Social observamos que, en diciembre de 2005, las altas ascendían a 1.688.598, de las cuales tan solo un 40% correspondían a mujeres. Del total de extranjeros afiliados un 8,5% estaban en el régimen de autónomos. La mayoría de los extranjeros afiliados al régimen de autónomos son originarios de la Unión Europea (52%), los cuales lamentablemente apenas van a ser tratados en este libro, a pesar de que su presencia encaja plenamente en el debate y en los análisis que aquí vamos a desarrollar. En cuanto al país de procedencia de los afiliados al régimen de autónomos destacan fundamen-

talmente el Reino Unido (14,6%), China (9,8%), Alemania (9,1%), Marruecos (7,8%), Italia (7,2%), Francia (5,7%), Portugal (4,1%), Argentina (3,4%) y Colombia (2,9%) (Estadísticas sobre extranjeros afiliados a la Seguridad Social, diciembre 2005). Como es fácil de imaginar, no disponemos de estadísticas sobre el peso del empresariado étnico entre los gitanos en España. La categoría etnia, no es objeto de desagregación estadística, a diferencia de otros países como, por ejemplo, el Reino Unido.

TABLA I
TRABAJADORES AUTÓNOMOS AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL
A 31-12-2005

	Números absolutos	%
Total Extranjeros	144.960	100,0
Reino Unido	21.154	14,6
China	14.334	9,8
Alemania	13.330	9,1
Marruecos	11.406	7,8
Italia	10.469	7,2
Francia	8.309	5,7
Portugal	6.027	4,1
Argentina	5.057	3,4
Colombia	4.264	2,9
Otros	50.610	34,9

FUENTE: Estadística sobre extranjeros afiliados a la Seguridad Social. Diciembre 2005.

Estas estadísticas marcan ya algunas tendencias de cómo se perfila el trabajo por cuenta propia de los inmigrantes en España. Profundizar, desde el punto de vista no sólo cuantitativo sino también cualitativo, en esta realidad social, es uno de los objetivos de este libro.

Producción científica internacional: interrogantes y líneas de investigación

Al analizar el paso hacia una sociedad industrial y hacia una sociedad postindustrial y global se ha considerado no sólo los elementos de transición de una sociedad a otra sino también a los remanentes de una época en otra. En el marco de este tipo de hipótesis aparece el interés por la pervivencia, la transformación y la adaptación de dispositivos de reciprocidad típicos de la sociedad

preindustrial. Las prácticas recíprocas, tal y como se manifiestan en la emergencia del empresariado étnico, son ejemplos fehacientes de la capacidad de adaptación de las redes de reciprocidad en tensión con las prácticas individualizadoras de corte asociativo. La línea de investigación centrada en el empresariado étnico aborda al grupo, por encima del interés individual de sus miembros, a la vez que analiza cómo consigue adaptarse a un contexto capitalista contemporáneo.

En la sociología de las migraciones, y en el contexto de la sociología económica, encontramos una amplia gama de teorías y de casos empíricos aplicados, que subrayan el rol del empresariado étnico como estrategia de movilidad en la estructura social del capitalismo avanzado. En primer lugar, las teorías del intermediario (*middleman*) son las que marcan el precedente en este tipo de estudios, prestando una especial atención a las dinámicas de los pequeños negocios como forma de incorporación a la sociedad receptora (Bonacich, 1972).

En segundo lugar, las teorías del enclave étnico analizan la solidaridad interna como el elemento clave que facilita la incorporación al mercado de trabajo. Tradicionalmente, las condiciones en el país de origen (como las condiciones económico-políticas) y en el país de destino (cultura, clase social y habilidades obtenidas) se han considerado factores clave que estructuran la incorporación de los inmigrantes en el contexto de la recepción. Pero, yendo más allá de las relaciones bipolares entre origen y destino, abrimos la pregunta sobre el enclave étnico como modo de incorporación. No obstante, en vez de considerarlo una madriguera de explotación, el enclave étnico nos permite analizar el empresariado étnico como un motor empresarial, una escalera de movilidad social con un gran potencial de integración a la sociedad de acogida. Siguiendo esta línea desarrollada por Wilson y Portes en la década de 1980 se cuestionó la hipótesis hasta entonces aceptada según la cual el enclave étnico era descrito como un espacio de explotación, para pasar a considerarlo como uno de aprendizaje (Wilson y Portes, 1980). Desde entonces el debate académico sobre las empresas étnicas no ha hecho más que acrecentarse (Waldinger, 1993). Según estos dos autores la economía étnica se constituía en una vía de ascenso social para los inmigrantes que difícilmente encontraban una posibilidad de movilidad social en el mercado secundario autóctono. El estudio de Wilson y Portes sobre el enclave de inmigrantes cubanos de Miami mostraba que los inmigrantes empleados por sus compatriotas se encontraban en mejor posición que los que trabajaban en el sector secundario autóctono. A pesar de los bajos salarios, los inmigrantes aceptaban trabajar en la economía de enclave durante una temporada, lo cual les permitía el aprendizaje de la profesión para poder, así, establecerse posteriormente por cuenta propia e iniciar su propio ascenso social (Waldinger, 1993).

En tercer lugar, el advenimiento de la sociedad postindustrial y la nueva división internacional del trabajo, ha traído consigo un descenso progresivo del empleo en el sector industrial, donde tradicionalmente se ocupaban los inmigrantes, en beneficio de una progresiva terciarización y cualificación del trabajo. Se alude entonces al cambio de un modelo fordista típico de las

migraciones “ordenadas” a un modelo postfordista. En dicho contexto, son múltiples las investigaciones que ponen de relieve cómo el desarrollo del empresariado étnico en los países tradicionales de inmigración responde a una estrategia de movilidad social de los inmigrantes, ante la crisis del sector secundario y las limitadas oportunidades de empleo no cualificado en el sector servicios (entre ellos, examinando el caso francés, Marie, 1992; Blaschre et al., 1990). Así, la nueva reestructuración económica ha determinado el crecimiento del empresariado étnico, lo cual ha favorecido el interés académico y político por este fenómeno. Situar el empresariado étnico en el centro de interés de la investigación europea en materia de migraciones internacionales ha supuesto, igualmente, dar un paso adelante para plantear una perspectiva positiva de las migraciones, que se contrapone a la visión victimizada del inmigrante (vinculada a la exclusión social, a la marginación y a la criminalidad). Es esta imagen diferente la que permite considerar el empresariado étnico como vía de integración social, de incorporación y de inserción exitosa (en el sentido de reconocimiento social).

En cuarto lugar, se sitúan las teorías estructurales, que subrayan los factores externos, especialmente centrados en las teorías duales del mercado de trabajo. Éstas argumentan que la exclusión socioeconómica de los migrantes, especialmente en el mercado de trabajo, les conduce a la búsqueda de otro tipo de recursos. De nuevo, como en las teorías del intermediario, se pone el acento sobre las limitadas oportunidades y sobre las peculiaridades de la estructura económica, en lugar de centrar el debate en las características culturales del grupo (Bonacich, 1972).

Y, por último, el enfoque del *social mix-embeddedness* (encajado mixto social) ha abierto una vía de análisis en la interconexión entre la economía y la etnicidad. Este tipo de argumentos intentan combinar diferentes factores (estructurales, sociales, características personales), interrelacionando las condiciones económicas urbanas con los condicionantes político- institucionales (Rath et al., 2000). Los nichos laborales se desarrollarían aquí en interacción entre los grupos y su contexto social, en donde la inclusión en las redes sociales adquiere una relevancia fundamental. De este modo, el tipo de economía, el tipo de Estado del bienestar al que nos referimos, así como las características del grupo, conformarían los factores contextuales que permiten la comprensión de la movilidad social utilizando la estrategia del empresariado étnico.

En la línea del análisis del empresariado étnico desde el punto de vista de la movilidad social se han desarrollado, en los últimos años, algunos estudios sobre el impacto de la empresa étnica sobre los hijos de los inmigrantes, profundizando así en el aspecto intergeneracional y sacando a la luz que la estrategia emprendedora no tiene porqué necesariamente beneficiar por igual a todos los miembros del hogar transnacional, pudiendo incluso frenar el ascenso social de los más jóvenes, en los casos, por ejemplo, en que el trabajo en la empresa familiar perjudique los estudios. El análisis de la empresa étnica se aborda, desde esta perspectiva, en el marco de las estrategias familiares de los hogares (Apitzsch, 2005; Song, 1997).

Los modos de incorporación y el empresariado étnico según los clásicos de la sociología de las migraciones

A pesar de la supuesta novedad del tema que nos ocupa, fueron, en realidad, los autores clásicos de la sociología de las migraciones, los que acuñaron los conceptos que después serían fundamentales en el debate actual sobre los modos de incorporación y el peso en ellos del empresariado étnico. Uno de los estudios clásicos que merece especial atención es el de Alba y Nee (1997:864). Estos autores presentan el tema a través del caso de las nuevas migraciones a Estados Unidos, en contraste con las migraciones europeas a ese país (anteriores a 1924). Según estos autores la movilidad socioeconómica de los inmigrantes suele plasmarse a partir de un doble modelo. Los inmigrantes más cualificados tienden a experimentar una movilidad económica y residencial de tipo ascendente, mientras que los inmigrantes menos cualificados suelen experimentar un proceso más lento de movilidad social. Borjas (1997) argumenta este hallazgo a través del papel que juega la baja cualificación educativa de los inmigrantes procedentes de Centroamérica y otras regiones poco desarrolladas del mundo. Los análisis de la asimilación espacial mostraban un modelo mixto de concentración étnica y movilidad residencial. Los trabajadores inmigrantes no cualificados parecen concentrarse más en el seno de los “barrios étnicos”, mientras que los inmigrantes más cualificados muestran una rápida transición hacia las zonas residenciales urbanas y tienden a insertarse menos en patrones de alta concentración espacial.

Portes y Zhou (1993:82) observan tres posibles modelos de adaptación de los inmigrantes y sus hijos en Estados Unidos: (i) el modelo que denota una réplica de la aculturación y la integración en la clase media blanca; (ii) justamente en la dirección opuesta, se encontraría un modelo que les conduce a la pobreza permanente y a la asimilación en la infraclase; y (iii) un tercer modelo guiado por un rápido avance económico, debido al papel que juegan la preservación de los valores de la comunidad y los lazos de solidaridad. Los estudios sobre la economía étnica, desarrollados básicamente en el campo de la sociología económica de los Estados Unidos, mostraron el peso de las redes étnicas en el desarrollo de la economía, especialmente en el caso de este país, donde el régimen normativo es más laxo y desregulado que en los países europeos. Según estos autores, las migraciones representan una posibilidad de supervivencia para el individuo. Éstas se sitúan en un complejo triángulo formado por las elecciones de los individuos, los límites estructurales, así como por las oportunidades presentadas. En este proceso de maximización de oportunidades económicas se sitúan las redes migratorias, como recurso y como elemento de comprensión del potencial del empresariado étnico. De este modo, esta valoración de la red ha traído consigo que las migraciones ya no se entiendan como un movimiento bipolar, con un origen y un destino, sino como un movimiento de vaivén, que incluye muchos otros

procesos no siempre visibles. El desarrollo de las economías étnicas facilita a los migrantes el poder hacer frente a la inserción en un medio hostil, es decir, en un ambiente de recesión económica y de discriminaciones.

Estos estudios se trasladarían, después, al contexto europeo, justamente cuando las redes étnicas que ofrecen autoempleo, parecen también ser una solución a las desventajas laborales de las que parten los inmigrantes en los países de la Unión Europea. En la actualidad, las redes no sólo aportan ventajas a nivel local, sino que, en el marco del proceso de globalización económica, las redes étnicas están además organizadas en comunidades globales (Light, 2002). Cada vez son más numerosas las personas implicadas en las redes étnicas en una geografía transnacional. Estas redes operan gracias al casi instantáneo carácter de las comunicaciones, a través del espacio. Curiosamente, para muchos autores se abre aquí un nuevo campo de estudio, donde los migrantes son agentes claves en las prácticas transnacionales (Escrivá y Ribas, 2004). Estas movibilidades se han intensificado gracias a las tecnologías que han facilitado un desplazamiento rápido a través de largas distancias y comunicaciones instantáneas. Los “astronautas”, los empresarios chinos que viven en Monterrey Park y otras ciudades californianas, pero que se ganan la vida yendo y viniendo a través del Pacífico, no podrían haber existido en otra época (Portes, 1997).

De esta manera, las redes han estado especialmente consideradas en los estudios sobre empresariado étnico. La utilidad esencial de las redes sociales para el análisis que nos ocupa radica en que reflejan cómo los inmigrantes utilizan el capital social. En este contexto se ha utilizado la perspectiva del *embeddedness* (encajado), que consiste en ubicar el análisis del individuo inmerso en las relaciones sociales. Este concepto ha tenido un uso frecuente en las investigaciones sobre las cadenas migratorias, el empresariado étnico y en los estudios sobre la segunda generación. En este último caso, ha servido para acentuar el peso de los elementos étnicos como fuente de recursos para la adaptación de los jóvenes en su éxito escolar. Así, la revalorización del empresariado étnico es paralela a la revalorización del análisis de redes en ciencias sociales. Además, es precisamente en el ámbito de las migraciones donde se ha otorgado un mayor protagonismo al papel de las redes sociales. De este modo, los análisis de redes, completan el contexto de las migraciones internacionales y, evitan supeditarnos a un esquema que tan sólo considere los rígidos factores de expulsión y de atracción en la observación de los movimientos migratorios. La red como herramienta metodológica pone además en evidencia la articulación precisa de las diferentes comunidades, evitando el excesivo determinismo que ha caracterizado los estudios estructurales.

En una época de cierres fronterizos y en la consolidación de la construcción de la Europa fortaleza, la red posibilita el contexto a través del cual poder investigar los caminos alternativos

de llegada, asentamiento y trabajo. En principio, la observación teórico-empírica de la red³ nos ofrece ventajas inusitadas para poder obtener una mayor información interpretativa, puesto que vincula a las personas entre origen y destino, y permite acercarnos a un nivel meso-analítico, en vez de divorciar los análisis micro y macro sociales de las migraciones. Asimismo, examinar las redes sociales posibilita el poder captar las relaciones dinámicas de las migraciones, más allá de la organización de los inmigrantes en comunidades cerradas. En los estudios sobre redes sociales destacan habitualmente las formas de confianza mutua y de solidaridad interna, herederas de Polanyi (1989). Es decir, de aquellos trabajos que priorizan los comportamientos de reciprocidad basados en redes de parentesco y de vecindad; aludiendo a la teoría de los vínculos fuertes y de los vínculos débiles y a la frecuencia del contacto. Trabajos que examinan las posibilidades de contacto y empleo, entre las redes de parentesco y amistad, dentro del debate sobre la definición de la fuerza del vínculo social (Granovetter, 1974).

Este resurgimiento de los análisis de la reciprocidad, o de la acción económica social, se ha convertido actualmente en uno de los elementos más relevantes de la sociología económica y de la sociología de las migraciones. Cuando uno considera la perspectiva de las redes sociales toma en cuenta la complejidad de las relaciones interpersonales, para poder conceptualizar los movimientos migratorios como un producto social. Es precisamente a través de la naturaleza misma de las redes que podemos investigar acerca de la direccionalidad, la composición y la persistencia de los flujos migratorios. Obviamente, dichas redes están a su vez condicionadas por estructuras económicas, sociales y políticas inherentes a la historia de las sociedades de destino y a las sociedades receptoras. Estas estructuras son transportadas e influyen en las relaciones sociales de los individuos y de los grupos.

Una vez abordada la problemática del empresariado étnico, desde los autores clásicos de la sociología y de los estudios de las migraciones internacionales, pasamos a profundizar en la definición del concepto de empresariado étnico.

³ La tipología de redes puede ser muy amplia, dependiendo de múltiples criterios que se tengan en cuenta: (i) de la perspectiva de análisis a considerar (desde el interior o el exterior de la red); (ii) del tamaño y antigüedad de la red; (iii) desde la estructura de dominación, si son verticales (superiores y subordinados) u horizontales (formadas por grupos de iguales) en un sistema jerárquico de poder; (iv) del tipo de relaciones imperantes (si son mixtas o no respecto a otras comunidades); (v) si cubren o no espacios transnacionales; y (vi) desde su funcionalidad específica en las estrategias migratorias (información de salida y llegada, reclutamiento de puestos de trabajo, pervivencia de la estructura familiar, conservación de cultura de origen).

Empresariado étnico: un intento de definición

Nuestra definición de empresariado étnico incluye, primeramente, un concepto de empresariado amplio en contraste con una perspectiva economicista imperante. Los empresarios son aquellas personas dueñas de los medios de producción, incluyendo capital, trabajo y mercancías, que asumen el riesgo de ponerlos en juego con el objetivo de extraer beneficios a partir del valor del mercado de los productos (o conocimientos) que ofrecen. Sus actividades persiguen la obtención de beneficios, el crecimiento de la riqueza, y se encuentran inmersas en la economía de mercado, independientemente de su grado de innovación y de su tamaño. En el contexto español, la actividad empresarial se caracteriza por la pequeña y mediana empresa; de hecho, la micro-empresa, el trabajo autónomo individual, sin asalariados, es la forma más habitual. Actualmente, el propio Estado fomenta el autoempleo y ensalza a los emprendedores. Precisamente de ellos vamos a hablar.

En resumidas cuentas, el empresariado, en un sentido amplio, acoge a cualquier tipo de actividad económica que se encuentre fuera de la economía asalariada general. Entre sus signos distintivos destaca la autonomía en la toma de decisiones y asunción de riesgos, la propiedad de los medios de producción y la no dependencia de salarios. Los empresarios pueden o no contar con asalariados, pueden o no disponer un lugar fijo para desarrollar su actividad. Además, los medios de producción controlados no son siempre materiales, tales como son el conocimiento, unas habilidades concretas o bien el recurso que ofrece las redes de intercambio de información.

En cuanto a la caracterización del empresariado con el adjetivo de étnico, es, para nosotros, un modo de llamar la atención a una realidad socioeconómica de la inmigración que nos envuelve y que, a menudo, olvidamos. Como ya anunciamos anteriormente, se suceden mordaces críticas que ponen en tela de juicio la pertinencia del empleo de la categoría “étnica” en el ámbito de la actividad empresarial. En general, se argumenta que, en realidad, todas las empresas obedecen y funcionan bajo la misma lógica del mercado y bajo las mismas leyes económicas del sistema capitalista (persiguiendo el beneficio para subsistir y prosperar a partir de sus diferentes ofertas delimitadas por la demanda). No obstante, pensamos que existe un componente étnico que matiza y tamiza, hasta cierto punto, la actividad económica. Y si es tal el caso, ¿cómo hemos adjetivado históricamente lo étnico?

La idea de que existe una jerarquía y una diferenciación entre las sociedades que ocupan espacios vecinos no es nueva. Los griegos oponían el *ethné* (el singular de *éthnos*) y la *polis* (ciudad). Las sociedades con base cultural, pero a las que les faltaba la organización en ciudades-Estados, las denominaban *ethné*, término que suele ser traducido como tribu o “estado tribal”. Más allá de las pesquisas etimológicas procedentes del griego, en un intento de designar a los grupos de personas cuya conducta y localización geográfica se situaba fuera de la civilización

helénica, podríamos remitirnos al trabajo de Barth (1976, en Ribas 2004: 200). Este autor sustituyó el concepto de etnia por el de grupo étnico con el objeto de que éste dejase de ser un equivalente de “raza”. Barth incidía especialmente en el sentimiento de identidad compartida que poseen todos los miembros de un mismo grupo. Esta concepción de grupo étnico de Barth es instrumentalista o situacional y, por ende, susceptible de cambio, en contraste con aquellos autores que conciben la etnia como un factor primordial de la existencia humana y, por tanto, invariable y esencialista. La etnicidad queda definida *de facto* por la capacidad que posee para generar identidad, por su carga identitaria. Cuando en las sociedades contemporáneas se alude a que lo étnico se asocia con grupos de población minoritarios, y se prescinde indagar y/o realizar comparaciones con los grupos mayoritarios, que son tan étnicos como los demás, no falta razón al argumento. No obstante, al mismo tiempo, se tiende a pensar en el grupo mayoritario como un conjunto global con comportamientos únicos e indiferenciados, sin profundizar en la diversidad étnica (o subétnica), que también impregna a los supuestos y aparentemente homogéneos grupos mayoritarios.

En este sentido, nuestro contexto de estudio nos ofrece múltiples ilustraciones de diversidad étnica interna, con repercusiones en la economía y en el empresariado, por ello vale la pena detenerse un momento en él. Es evidente que existen varios pueblos dentro del Estado que reivindican su especificidad cultural (y étnica) a partir de una historia y una lengua propias, como el catalán, el vasco y el gallego. También se puede incluir, hasta cierto punto y en el mismo sentido, a andaluces, canarios, valencianos y aragoneses, entre otros. Los recursos étnicos se movilizan con repercusiones económicas. Especialmente en los procesos migratorios: cuando una parte de la población se traslada y asienta en otro lugar de la geografía, ajeno a su origen, suele hacerlo siguiendo el entramado de redes sociales que le orientan hacia determinadas ocupaciones, espacios, etc. donde se instalaron los pioneros. Así, se llega a constituir una parte notable de la fuerza de trabajo en sectores concretos, o de residentes en barrios o pueblos específicos donde surgen concentraciones de personas del mismo origen.

Además, algunos de estos recursos acaban ofreciendo servicios especialmente destinados a clientelas específicas, con gustos propios, como puedan ser los bares andaluces, gallegos, etc. en Madrid, País Vasco o Cataluña. El retorno al lugar de origen, después de años trabajando fuera de sus pueblos, ha comportado con frecuencia el inicio de actividades empresariales; pues se vuelve al hogar de origen con ahorros y con el proyecto de abrir algún tipo de negocio. Se trata de un fenómeno de empresariado étnico a posteriori, es decir, de la acumulación de capital en un sitio extraño, donde a menudo se han experimentado situaciones de discriminación étnica, xenofobia e incluso racismo. Y se invierte ese capital en el lugar de origen, no simplemente bajo la forma de consumo y renta, sino también en empresas que dinamizan la economía local (Escrivá y Ribas, 2004). Esto mismo podría aplicarse a la inmigración de retorno procedente

del extranjero, compuesta de todos esos españoles, que salieron a “hacer las Américas” o hacia Europa, en busca de una vida mejor y que a su regreso han establecido negocios. Es ampliamente conocido el importante papel de los gallegos retornados en la apertura de bares y negocios de restauración, gracias al capital acumulado durante los años de “exilio” en el extranjero.

Como segundo apunte en torno a lo étnico, y dejando de lado el caso de la pluralidad de pueblos de la península ibérica, indudablemente reconocida por todos, y de la migración de retorno procedente del extranjero, nos encontramos con otros grupos, a veces denominados “malditos”, que también han conjugado sus peculiaridades étnicas con actividades empresariales. Aquí se situaría, sin duda, el pueblo gitano, tradicionalmente dedicado al chalaneo, ahora sustituido por la venta ambulante, la venta de antigüedades, actividades de espectáculos y toda una nueva generación de profesionales; así como los maragatos, transportistas y comerciantes, que dominan, en gran parte, la venta de pescado fresco en las grandes ciudades. De cualquier modo, la categoría étnica ha adquirido una nueva dimensión, asociada a las nuevas corrientes migratorias y al aumento de la diversidad y del volumen de poblaciones de origen extranjero, que se van asentando en las ciudades y pueblos de España, como unos vecinos más.

Un segundo aspecto a considerar es que la etnicidad no la determina exactamente la nacionalidad. Del mismo modo que hay muchas formas de ser español, pues España no es más que una comunidad imaginada supuestamente homogénea que incluye históricamente en su interior a pueblos diversos. Lo mismo sucede con los marroquíes: no todos son arabófonos, los bereberes, por ejemplo, reivindican su lengua e identidad y se diferencian del resto. Otro tanto sucede con los indios, chinos, iraníes, etc. La diversidad étnica está presente en sus filas e influye en sus actividades económicas.

Finalmente, existe otro grupo de la población que ocupa una posición muy ambigua en la sociedad, a pesar de estar claramente marcado por su etnicidad, nos referimos a los extranjeros que han obtenido la nacionalidad española. En muchas estadísticas desaparecen, han dejado de ser inmigrantes extranjeros para convertirse en ciudadanos con pasaporte español nacidos en Guinea Ecuatorial, Senegal, India, Siria, Filipinas, etc. No obstante, estos ciudadanos, que suelen ser los que más tiempo llevan residiendo en España, coinciden con los que se caracterizan por una mayor actividad empresarial pues el tiempo les ha permitido ahorrar el capital, así como adquirir los conocimientos necesarios para abrir sus negocios, que con frecuencia son los más potentes y de mayor capitalización dentro de sus grupos étnicos. La categoría “inmigrante”, como vemos, no está exenta de limitaciones.

También es preciso mencionar el caso de los familiares de los emigrantes españoles en el extranjero, que disponen muchas veces de la nacionalidad española y se les considera supuestamente “retornados”; si bien, muchos de ellos han nacido en el país donde sus padres o abuelos emigraron y llegaron a España ya mayores, y poseen un fuerte peso en su etnicidad de la cultura

del país donde se criaron. Se trata de los “falsos retornados”, puesto que nunca antes vivieron aquí y su experiencia migratoria es, muchas veces, similar a la de otros compatriotas argentinos, venezolanos, uruguayos, que también emigran a España. Para muchos “falsos retornados” las causas de la migración están ligadas, más que a la vuelta al país de origen, a la crisis económica de los países donde nacieron y se han criado.

En tercer lugar, a través de este breve recorrido e intento de definición, hay que recordar que la categoría asociada a lo étnico no debe limitarse (como se ha tendido a hacer en los estudios de estructura social), a los recursos étnicos, como opuestos a los de clase social. Siendo los recursos étnicos aquellos que pueden movilizarse a través de objetivos empresariales. Lo étnico, el capital social, las redes sociales étnicas, y todo lo que pueden llegar a canalizar, se pueden movilizar de forma complementaria, paralela o simultánea, a los recursos de clase social. Aludimos fundamentalmente a que el capital económico, el nivel de instrucción y la experiencia empresarial, no tienen porqué ser alternativas excluyentes. No obstante, los recursos étnicos pueden resultar ventajosos para la creación de empresas, pero también conllevan desventajas. Además, no todos los empresarios étnicos triunfan, la tasa de fracaso empresarial entre ellos es bastante alta.

Un cuarto aspecto sobre el que pretendemos reflexionar aquí es el de la asociación de empresariado étnico a actividades económicas denominadas como de refugio y supervivencia. Existe un prejuicio dentro de la sociedad general, del que se hacen eco los investigadores, que tiende a considerar al empresariado étnico e inmigrante como la única alternativa para subsistir que le queda a los excluidos del mercado laboral general, caracterizado en este caso por su falta de competitividad. En el marco de esta perspectiva se argumenta que los individuos se convierten en empresarios simplemente porque no les queda otra opción, en razón de la posición de marginalidad que detentan. Una posición que les impide acceder a y negociar por un buen puesto de trabajo. Según está lógica, se trataría de “empresarios a la fuerza”, con ingresos que rozan la auto-subsistencia, y que han desarrollado su empresa gracias a una intensa autoexplotación. Así, se presupone que la actividad económica autónoma, cuando procede de poblaciones excluidas, como es el caso de los gitanos y de los inmigrantes provenientes de “países terceros”, responde fundamentalmente a una actividad de “nicho laboral”. Si esta puede ser, en algunas ocasiones, una lectura acertada, no siempre es así. En efecto, el empresariado étnico responde a una multiplicidad de experiencias diversas y no siempre constituye una “estrategia refugio”, ante la exclusión social (véase en el estudio dirigido por Oso, 2004).

Resulta difícil admitir la libre elección de una carrera empresarial, sobre todo si se carece de los recursos de clase social, como los medios financieros, que la facilitan. Lo más habitual es considerar empresario exclusivamente a los “grandes empresarios”. A determinadas personas les puede llegar a resultar ofensivo y/o risible que los gitanos dedicados a la venta ambulante sean

considerados empresarios, cuando encajan perfectamente en su definición. Tanto el dueño de Telefónica como el pakistaní vendedor ambulante nocturno de rosas están igualados por la misma lógica económica empresarial del mercado. Ambos poseen los medios de producción, o el capital que han invertido en el desarrollo o compra de un producto o mercancía, que deciden ofrecer al mercado con la consiguiente asunción de riesgos. Ambos pretenden obtener beneficios con su actividad empresarial. La única diferencia entre ellos radica aquí en la capitalización y la desigual posición que ocupan en el sistema de dominación capitalista.

Una última advertencia sobre el concepto de empresariado étnico llama la atención sobre un reiterado error. El de asociarlo exclusivamente al comercio étnico, que hace referencia a la venta de productos exóticos y/o procedentes de sus lugares de origen, para el caso de los inmigrantes; o a los distintos negocios y empresas de servicios destinados a una clientela coétnica. Sin duda, una parte del empresariado étnico se alinea con las actividades anteriores que redundan, en un sentido u otro, con la propia etnicidad mercantilizada, pues lo que venden es lo “étnico”, desde artesanías a comida en el primer caso, y desde peluquerías a carnicerías *halal*, por ejemplo, en el segundo. No obstante, la mayor parte de los empresarios étnicos y/o inmigrantes se han insertado y desarrollado empresas en sectores destinados fundamentalmente a la sociedad en general. En ocasiones, estos sectores tienen una relación directa con sus conocimientos, habilidades y destrezas biculturales o multiculturales, como el comercio internacional donde se movilizan todo tipo de productos y mercancías, y no necesaria ni exclusivamente las “étnicas”. La venta ambulante, donde siempre estuvieron presentes, y el pequeño comercio, donde cada vez lo están más, es fundamentalmente de alimentos, así como de productos y mercancías de ámbito general: colmados, pequeños supermercados, fruterías, zapaterías, tiendas de bolsos, tiendas de ropa, tiendas de regalos, floristerías, joyerías, etc. Bares de toda la vida están siendo traspasados a empresarios inmigrantes, manteniendo su habitual clientela. Pero los inmigrantes también están entrando en el sector industrial, como en la confección de ropa, siendo dueños y trabajadores de muchos talleres. O en la construcción, en servicios de limpieza, con pequeñas empresas que se ofrecen a quien los desee contratar. Incluso en la agricultura se nota su presencia empresarial, por no hablar del pujante sector inmobiliario, que no cesa de atraer su capital e iniciativas empresariales.

Podemos concluir el esfuerzo de definición aquí. Definiremos el empresariado étnico como aquel conjunto de actividades empresariales realizadas por personas pertenecientes a grupos étnicos, de origen migrante o no, y con una significativa, aunque no absoluta, dependencia del capital social proporcionado por los recursos étnicos. Entre éstos recursos podemos señalar: el valor de la lealtad y la confianza, los lazos de solidaridad y reciprocidad, el empleo de coétnicos, la ayuda familiar, las facilidades de préstamo de dinero por parte de familiares, amigos y vecinos, la socialización étnica y lingüística en determinados valores y actitudes, así como el peso que juegan las tradiciones y estrategias económicas étnicas (a menudo vinculadas a los lugares de origen).

La adjetivación de étnico responde a una identidad de grupo que orienta a los empresarios y a sus trabajadores hacia el grupo de pertenencia, influyendo sobre el tipo de inserción laboral y los espacios de instalación en un país, ciudad o barrio concreto. Una característica bastante común a este tipo de negocios es la utilización de un tipo de empresa de corte familiar. Además, la economía étnica puede llegar a desarrollar, en su propio seno, nichos económicos étnicos, es decir, sectores económicos donde la propiedad de sus empresas y la fuerza de trabajo esté, en gran parte, controlada por determinados grupos. Si bien, no siempre ocurre así. En la medida en que los nichos económicos, en los que se insertan, se saturan, los empresariados étnicos buscan invertir en otros nuevos nichos y sectores.

En síntesis, nuestro intento de definición del empresariado étnico responde a cuatro motivos principales: (i) la necesidad de considerar la complejidad de la cualificación de lo étnico (en contraste con lo autóctono, la extranjería, las identidades nacionales); (ii) valorar cómo los recursos étnicos pueden ser complementarios de los recursos de clase; (iii) perseguir un análisis crítico de sus atribuciones como “de refugio y supervivencia”; y (iv) ir más allá de la consideración exótica de sus productos y del servicio a la clientela coétnica.

La articulación del libro: el empresariado étnico según la producción científica española

Como hemos visto, a lo largo de las primeras páginas, son varios los ejes que han articulado el análisis de los autores clásicos de la sociología de las migraciones, así como de la producción científica internacional, al abordar la problemática de la economía étnica. A saber: la movilidad social y laboral, la inserción en el entramado urbano, la importancia del capital cultural y social, y los conceptos de movilidad y circularidad asociados a los estudios sobre el transnacionalismo. Son precisamente estos mismos ejes los que articulan los distintos capítulos de este libro.

El volumen comienza con una primera parte que incluye dos capítulos, el de Ivan Light y Yolanda Herranz, que resumen los principales planteamientos teóricos y debates que la temática ha suscitado en la producción científica internacional. Ivan Light es, sin duda, uno de los autores precursores de este campo de investigación. Su clásico *Ethnic Enterprise in America*, publicado en 1972, ha representado, para más de uno de nosotros, el primer contacto con el mundo del empresariado étnico. Treinta años después, en el capítulo que aquí nos ofrece este autor, apunta cómo durante los últimos años en Estados Unidos, los trabajos sobre economía étnica se centran en el estudio de la independencia económica, entendida como una “autodefensa básica y omnipresente frente a la exclusión y las desventajas en el mercado laboral”, ampliando la definición de economía étnica. Si hace una década se hablaba de economía étnica para referirse a “los autoempleados y empleadores, sus trabajadores familiares no asalariados y sus empleados

coétnicos”, en la actualidad se considera que la economía étnica abarca dos sectores, a saber: la economía étnicamente controlada y la economía de propiedad étnica. Cada uno de estos sectores consta, a su vez, de tres subsectores: formal, informal e ilegal. Es decir, la propiedad no es un requisito imprescindible para definir la economía étnica, puesto que basta con que los empleados coétnicos ejerzan “un importante y duradero poder (...) sobre los lugares de trabajo debido a su cantidad, concentración y organización, así como allí donde son destinados por poderes externos políticos o económicos”.

Light señala que se encuentran más personas incluidas en la economía étnica de lo que habitualmente pensamos y que es un instrumento valioso cuando se hace difícil el acceso al mercado laboral. Esta sería una respuesta contemporánea, pero también contamos con una histórica, como la aportada durante siglos por los judíos, utilizada para defenderse de la hostilidad del contexto y que, con el tiempo, transformarían en capacidades lo que en un inicio era una estrategia defensiva. Un segundo apunte responde a la pregunta siguiente ¿quién se dirige hacia el sector formal de la economía y quién al informal? Los que disponen de redes más fuertes, disponen de más recursos educativos y más capital social relacionado con distintas formas de éxito en los negocios, se dirigen al capital formal. A la inversa, el resto se dirige al sector informal. Los cubanos y los haitianos en Miami serían, por este orden, los exponentes de estos dos grupos.

Por su parte, una de las principales aportaciones de la investigación europea sobre economía étnica es, según Light, la incorporación en el análisis de los efectos de las regulaciones públicas sobre el empresariado inmigrante y perteneciente a minorías étnicas. El contexto europeo es más desfavorable que el norteamericano al desarrollo de la economía étnica, debido a los requisitos legales que son exigidos. Así, es conveniente incluir en las investigaciones el papel de las regulaciones de las políticas públicas, generalmente olvidado por la perspectiva estadounidense, muy centrada en que “las empresas de inmigrantes y de las minorías étnicas dependen de la adecuación entre lo que los grupos pueden ofrecer y lo que los consumidores demandan”. Por último, otra línea de investigación apuntada es el análisis de los negocios étnicos en el marco del proceso de globalización y el transnacionalismo. Las economías étnicas locales “están ahora integrándose progresivamente en cadenas globales de producción y distribución”.

Si Light nos presenta un panorama general sobre la investigación en materia de economía étnica en Estados Unidos y en Europa, Yolanda Herranz revisa las principales aportaciones teóricas en la producción científica internacional y las aplica al estudio de la incorporación laboral de la inmigración en España. El análisis de las teorías norteamericanas de corte histórico-estructural -que hacen hincapié en el peso de las variables contextuales- de las teorías del capital social -cuyo énfasis se centra en el papel de las redes sociales- así como de las teorías de la segmentación del mercado de trabajo -que explican cómo los factores institucionales determinan la configuración de segmentos del mercado reservados para los inmigrantes-, ubican los argumentos

de la autora. Su reflexión le lleva a concluir que el análisis de la inserción de los inmigrantes en el mercado de trabajo en España necesita tener en cuenta tres perspectivas asociadas al modelo de incorporación de Alejandro Portes. La primera considera las variables socio-históricas o el contexto socioeconómico receptor. La segunda, el análisis de las redes sociales, que determinan el acceso de los inmigrantes en el mercado de trabajo; y la tercera perspectiva, el estudio del “lugar que el mercado de trabajo en la sociedad de acogida asigna a los inmigrantes”.

A partir de la segunda parte del libro se establecen las diferencias existentes dentro del contexto de recepción de las actividades empresariales, es decir, distinguimos su desarrollo en el Estado español en función del lugar en el que se asienta el empresario. Esta distinción geográfica y económica marca las diferencias en cuanto a la forma particular del desarrollo del empresariado étnico en el país. Puede ser clarificador aquí tomar en cuenta el esquema de Pablo Pumares para comprender los distintos encajes. Pumares (2003) establece una tipología del territorio español en función de su naturaleza migratoria. A saber, espacios fronterizos, espacios agrarios, espacios turísticos y espacios metropolitanos. Según su tipología los espacios fronterizos proporcionan una conexión directa entre la geopolítica internacional y la respuesta local. Gozan de una posición geoestratégica que les convierte en puentes simbólicos de movilidad. Ceuta y Melilla son esos espacios por excelencia, así como las Islas Canarias (papel desarrollado también en el capítulo de Ribas y Sempere).

En segundo lugar, los espacios agrarios representan la puerta de espera, los lugares de mano de obra intensiva en un sector agrario desregulado, con un empleo discontinuo e inestable. En ellos, la población inmigrante es poco propicia al asentamiento; hay constantemente un flujo de recién llegados, son considerados como otra puerta de entrada y de ahí su conflictividad potencial. El ejemplo más claro son las provincias de Almería y de Murcia (desarrollado en el capítulo de Arjona para el contexto almeriense). En tercer lugar, se hallan los espacios turísticos vinculados a empleos de la construcción, la hostelería y el comercio, que combinan, de forma paralela, empleos agrícolas. Se caracterizan por la polaridad entre los extranjeros comunitarios y los no comunitarios. El ejemplo más claro es la costa mediterránea (como en el caso de Alicante o la costa catalana). En cuarto lugar, se hallan los espacios metropolitanos, que representan los grandes centros de atracción de población inmigrante, donde hay una diversidad de orígenes y de oportunidades laborales. El ejemplo más claro son las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, como muestran la mayoría de las colaboraciones de la obra.

Así, en esta segunda parte del libro, nos referimos al protagonismo de los espacios metropolitanos (y en parte agrarios para el poniente almeriense) en el estudio del empresariado étnico. Por ello, una vez revisada la parte teórica, el volumen da paso a dos estudios de caso en Madrid y Barcelona. Son las aportaciones de Mónica Buckley y de Jordi Moreras, que abordan la temática del empresariado étnico desde un punto de vista geográfico, socio-geográfico o de

distribución y localización espacial en las zonas urbanas. Ambos trabajos ofrecen un panorama estadístico sobre el comercio inmigrante en estas dos ciudades, a través de la explotación de los datos del IAE (Impuesto de Actividades Económicas). Las investigaciones se complementan con observaciones que han dado lugar a una mapificación o inventariado del comercio étnico y a un trabajo de campo cualitativo en algunos barrios de especial concentración de empresariado inmigrante, Lavapiés y Cuatro Caminos en Madrid, Ciutat Vella en Barcelona. Ambas aportaciones analizan la concentración de la economía étnica y de sus perfiles, de las principales nacionalidades de procedencia de los inmigrantes empresarios, su especialización y localización, etc. No obstante, estas contribuciones, van más allá de la mera descripción para plantear una serie de interrogantes teóricos.

Buckley reflexiona sobre cómo la concentración de los establecimientos de inmigrantes crea nuevas centralidades urbanas y revitaliza ciertas áreas de la ciudad. A la luz de los resultados de una investigación realizada en Madrid entre 1995 y 1997, la autora desarrolla el tema de la centralidad en el análisis de las concentraciones y tipologías, las revitalizaciones de las áreas y la promoción de otros tipos de división integración-segregación. Se plantea también las implicaciones del empresariado étnico en la integración de los inmigrantes. Por su parte, Jordi Morenas analiza en la ciudad condal el surgimiento de iniciativas comerciales promovidas por inmigrantes en el marco de “otras dinámicas que acompañan un distrito en transformación urbanística y social, como es el de Ciutat Vella”, un barrio que se ha visto sometido en los últimos años a una considerable “presión investigadora” por muchos académicos. Su capítulo analiza el factor urbano en el tejido comercial de los colectivos de inmigrantes. Ambos trabajos son los primeros en España en la elaboración de mapas de distribución de comercios étnicos en un espacio determinado.

Uno de los desarrollos más intensos que se ha experimentado en los estudios de migración realizados en España en relación con el empresariado étnico se encuadra en trabajos de localización espacial y encuestas aplicadas a muestras. Para Barcelona destacan Aramburu (2002); García (2004); Solé y Parella (2005); Serra del Pozo (2005). Para Madrid, Cebrián et al. (2002); Cebrián y Bodega (2002); Riesco (2003). Para otros lugares de España véase Bordonado et al. (2003) en Zaragoza; Cachón (2005) en Elche; y el caso excepcional de Murcia (1974) que analizó a los indios en Tenerife hace más de treinta años.

La contribución de Arjona parte de un trabajo de campo (que se desarrolla en su tesis doctoral) llevado a cabo en Almería capital y en Adra, El Ejido, Roquetas de Mar, la Mojonesa, Vícar y Níjar, ciudades de alta concentración de inmigrantes extranjeros asentados. Su estudio analiza el factor de la concentración étnica como premisa básica para el desarrollo de los negocios. Una estrategia de empresariado étnico que responde en gran medida a una alternativa a la discriminación laboral. Los inmigrantes ponen en marcha toda una serie de variados recursos

de clase (capital financiero, capital humano, capital cultural, capital social) y recursos étnicos (créditos étnicos, sociedades de préstamo étnicas y fuentes de capital más pequeño) ante la exclusión del mercado de trabajo. Esta línea de investigación, el empresariado como una estrategia “refugio” ante las limitaciones del mercado de trabajo autóctono es un sendero clave en el análisis del empresariado étnico que también se aborda en otros capítulos de este libro. ¿Qué ocurre entre los pequeños empresarios que se encuentran en los márgenes más débiles de la estructura ocupacional?

La aportación de José Luís Molina y Aurelio Díaz, aplica este tipo de análisis al sector de venta en la calle y la venta ambulante. En Barcelona, la venta callejera, como muestran, supone “una actividad de refugio de colectivos en situación irregular”. Aunque algunos inmigrantes utilizan esta actividad como un complemento a otro tipo de ingresos, los autores llegan a calificar a la venta ambulante de “economía étnica negativa”, desde el momento en que para algunos inmigrantes supone una alternativa de subsistencia en situación de precariedad, siendo “las opciones disponibles en el colectivo de referencia aún peores”. En ocasiones supone una actividad de refugio para inmigrantes no regularizados. A partir de su estudio se pone el énfasis en entender las dinámicas de la venta ambulante a través de la economía informal, tanto en la producción como en la distribución. De cualquier modo, la economía étnica no se limita sólo al comercio sino que engloba también toda la gestión de las remesas de los inmigrantes.

Una vez planteado el análisis desde el punto de vista más geográfico y económico, se aborda la problemática de investigación desde la perspectiva del análisis de género (tercera parte del libro). Dicha problemática, poco tratada en la literatura internacional, ha suscitado el interés de diversos investigadores en los últimos años (Morokvasic, 1991 y 1999; Hillman, 1999; Apitzsch y Contos, 2002; Anthias, 2002)⁴. Tal y como señala Morokvasic, el interés por el estudio del empresariado étnico desde una perspectiva de género se deriva del hecho de que implica un conjunto de nuevos interrogantes tales como: ¿cómo acceden las mujeres inmigrantes al autoempleo y cuáles son los beneficios para ellas de trabajar en esta actividad?, ¿las oportunidades para acceder al autoempleo son mayores para los inmigrantes varones que para las mujeres?, ¿el cambio del estatus de la mujer de trabajadora dependiente a independiente trae consigo un cambio en las relaciones de género? (Morokvasic, 1999).

El capítulo del Colectivo Ióé, preparado y presentado por Carlos Pereda, completa el panorama estadístico ofreciéndonos un análisis sobre las trabajadoras inmigrantes por cuenta propia.

⁴ Véase la investigación en curso financiada por la Unión Europea, que contrasta las experiencias en cinco países (Francia, Alemania, Reino Unido, Dinamarca y Grecia) analizando los efectos del empresariado étnico en las relaciones de género y la calidad de vida de la segunda generación de los inmigrantes. *The Chances of the Second Generation in Families of Ethnic Entrepreneurs: Intergenerational and Gender Aspects of Quality of Life Processes*- Contract nº: HPSE-CT-2002- 00105, Proposal nº : SERD-2002-00119- Etnogeneration.

A través de los datos que ofrece el registro de altas en la Seguridad Social, así como de los obtenidos en una encuesta realizada a una muestra de 211 mujeres no comunitarias que trabajaban por cuenta propia en Madrid, Cataluña y Andalucía, se revela que el trabajo por cuenta propia constituye la parada final de una trayectoria de movilidad laboral, desde la situación de trabajo asalariado. Las empresas detentadas por las mujeres inmigrantes no comunitarias son principalmente mini-empresas, con pocos asalariados a cargo y, la mayoría de ellos, coétnicos. En relación con las mujeres inmigrantes empleadas como asalariadas en servicio doméstico y hostelería, las trabajadoras autónomas muestran, mayoritariamente, estar satisfechas con su trabajo y desean permanecer en su actual ocupación.

Los resultados apuntan a una clara discriminación en función de dos factores, por género (los varones están más representados) y en clave geopolítica, hasta el punto que entre los extranjeros procedentes de “países terceros” el peso de los empleados por cuenta propia es sensiblemente menor que en los autóctonos. Para los inmigrantes procedentes del “primer mundo” la realidad es muy diferente, siendo superiores los trabajadores por cuenta propia, en comparación con los autóctonos. La marca más definitoria sería aquí la división de procedencia centro-periferia. Un segundo resultado interesante es que las mujeres empiezan su trayectoria muy por debajo en la escala laboral, pero presentan una movilidad ascendente. El origen del negocio lo constituye el ahorro conseguido en trabajos anteriores, la financiación privada o el soporte financiero a través de la herencia y el matrimonio (es decir, el factor clase social) (Colectivo Ioé, 2001).

Como señalan los resultados de la investigación realizada por Oso y Ribas sobre mujeres dominicanas y marroquíes, empresarias en Madrid y Barcelona (Oso, 2004; Ribas, 2004b) el análisis del empresariado étnico desde el punto de vista de las relaciones de género permite sacar a la luz una serie de determinantes y de estrategias empresariales. Los principales determinantes del empresariado étnico son, en primer lugar, la antigüedad de la corriente migratoria, la necesidad de servicios para la comunidad inmigrante, la presencia de “enclaves” étnicos, la estructuración de las redes sociales y comunitarias, así como la estabilidad jurídica. En segundo lugar, la situación familiar y el tipo de migración. En tercer lugar, la experiencia empresarial previa y la socialización en el trabajo por cuenta propia. En cuarto lugar, podemos señalar los factores culturales y las relaciones de género. La articulación de estos determinantes va configurando las estrategias migratorias empresariales que pueden ir desde la estrategia refugio ante la situación de precariedad que viven las mujeres marroquíes “empresarias de sí mismas”, la estrategia refugio o de movilidad laboral de las dominicanas para salir del servicio doméstico, la familia-empresa como estrategia de movilidad laboral o social para las mujeres marroquíes “ayudantas de sus maridos”, la empresa como una estrategia familiar protagonizada por las mujeres dominicanas, hasta el empresariado como una estrategia de continuidad profesional para las mujeres dominicanas que ya eran peluqueras o profesionales liberales en el país de origen.

Una vez abordada la temática del empresariado étnico desde el punto de vista del análisis de género, el libro da paso a una cuarta parte relacionada con el capital social y cultural en las investigaciones sobre empresariado étnico. La aportación principal del capital social (retomando aquí desde los orígenes del concepto en el capital cultural de Bourdieu y en el capital social de Coleman, véase en Ribas 2004), rescatado para el estudio del empresariado étnico, es fundamental como eje analítico para poder entender la problemática de investigación que nos ocupa. Nos posibilita ver cómo el capital social ofrece una serie de ventajas en la estructura social para poder conseguir una ocupación y mantenerla. Y más especialmente en los contextos de desventaja socioeconómica y de exclusión social. En concreto, según Portes, el capital social significa la capacidad de los individuos de organizar recursos escasos, gracias a que forman parte de redes o de estructuras sociales más amplias (1995:12). La característica fundamental del capital social es su convertibilidad, es decir poder traducirse en otras formas de capital, en el caso de poder disfrutar de salarios más altos que los que se ganan en origen así como de la entrada remesas. Las personas ganan acceso al capital social por el hecho de formar parte de redes sociales y de instituciones sociales y las fomentan para poder producir más capital social o bien para poder mantener su estatus social. No obstante, el capital social no siempre tiene efectos positivos (véase las distinciones entre Coleman y Portes, en Massey, 1998).

Esta perspectiva que aborda el empresariado étnico desde el punto de vista del capital social, o teniendo en cuenta el peso del capital cultural, es otro de los ejes de análisis que articulan este libro. En el caso de los gitanos se ha puesto de manifiesto cómo en la cultura gitana el sistema de desarrollo económico se establece en el marco del grupo familiar. En romaní no existe una palabra para definir trabajo, el vocablo *butipen* significa hacer cosas, colaborar en la economía familiar, lo que da muestras de la importancia de las relaciones familiares en la estructuración de la economía gitana en la península ibérica.

¿Es el factor étnico la clave del empresariado, o la explicación culturalista no puede aplicarse universalmente? Para Joaquín Beltrán, el empresariado, en el caso de los inmigrantes chinos, constituye un modo de vida, considerando como tal “el modelo, la ideología y las expectativas sobre el estar en el mundo y vivir en sociedad que se poseen”. En la sociedad y sistema político-económico chino las familias aspiran a ser independientes y a la adquisición de la propiedad de los bienes de producción que es fundamentalmente familiar, siendo la familia “una suerte de empresa”, que utiliza su propia fuerza de trabajo para prosperar. En España la comunidad china es una de las que presentan una mayor proporción de trabajadores autónomos y de empresarios. Y es que entre los inmigrantes de este origen, “el proceso de asentamiento pasa por trabajar, ahorrar y fundar una empresa lo antes posible”, siendo el objetivo de los inmigrantes chinos llegar a ser autónomos y la prosperidad.

Rafael Crespo y Alejandro Goldberg también analizan en sus contribuciones a este volumen el empresariado étnico desde el punto de vista de los valores sociales y culturales de la comunidad inmigrante. Estos autores, al estudiar la movilidad y la circularidad de los Móodu-Móodu⁵, inciden en la importancia de analizar la inmigración senegalesa y su tradición comercial, en relación a la cofradía musulmana (*tariqa*), de los murides o modu-modu. Los murides siempre han estado presentes en el comercio. La migración de senegaleses, primero a otros países de las ex colonias francesas, y posteriormente a Europa, tuvo sus bases en las redes de la cofradía. Así, la red muride permite que los migrantes recién llegados dispongan de alojamiento y comida, se les brindan igualmente las informaciones, productos y utensilios necesarios para trabajar, lo cual ha ido configurando una red de inmigrantes en torno al comercio.

El estudio de Alejandro Goldberg está centrado en el colectivo de migrantes senegaleses de Barcelona, la mayoría de los cuales se dedica al comercio informal de venta ambulante. Mediante un enfoque holístico que incorpora variables demográficas, espaciales, culturales, sociales, económicas, políticas e ideológicas, describe las condiciones de existencia que determinan el contexto sociopolítico y, enmarcadas en ellas, las relaciones y estrategias generadas por los sujetos, tanto en la sociedad de origen como en la de destino.

Rafael Crespo, por su parte, establece una distinción entre dos tipos de inmigrantes senegaleses: los Móodu-Móodu “tradicionales”, que llegaron a Europa a principios de los años ochenta del siglo pasado, dedicados a la venta ambulante, cuya estrategia es el ahorro y el retorno y los Móodu-Móodu “de izquierda”, más jóvenes y recién llegados, para quienes el envío de remesas sigue siendo sustancial pero no determinante, pues no constituye una prioridad como para los primeros, así como tampoco lo es el retorno. Este trabajo pone de manifiesto, como vemos, que la actividad de los inmigrantes empresarios está relacionada con su forma de vida, con las estrategias individuales y familiares, así como con una tradición cultural concreta. El trabajo de este autor también nos aproxima a las relaciones del islam subsahariano, por un lado, con la globalización y, por otro, con el desarrollo, sobre todo cuando analiza las inversiones de los emigrantes en sus países de origen.

En la quinta y última parte de la obra se analiza la movilidad y la circularidad. Si por una parte, el denominado transnacionalismo desde arriba, promovido por la comunicación puntera y las revoluciones en el transporte y conducidos por factores financieros y corporativos principalmente, por el otro, existe un tipo de transnacionalismo desde abajo (a la forma que señalan Guarnizo y Smith, 1998) desarrollado por la gente corriente para mejorar su situación. El contexto de la

⁵ Existe una amplia bibliografía internacional que aborda diferentes casos empíricos de los Móodu-Móodu en Europa, a menudo percibidos como los héroes de unas prácticas transnacionales guiadas por una fuerte connotación weberiana, actuando en los territorios del capitalismo global (véase también para el caso español el estudio de Sow (2004)).

globalización económica y las políticas de control de la inmigración son los ejes a partir de los cuales los migrantes moldean las estrategias transnacionales. Muchos migrantes viven sus vidas y planean sus futuros a lo largo de circuitos transnacionales. En consecuencia, la expansión del capital transnacional, los medios de comunicación y de información, a través de los lugares más recónditos del planeta, ha promovido que el debate académico en ciencias sociales se fijase en la temática del transnacionalismo y de las formas circulares de los proyectos migratorios.

En este sentido, el capítulo de Ribas y Sempere, que cierra el volumen, considera la circularidad en el espacio mediterráneo, desde el punto de vista de las diversas formas de “empresariado circular” que emergen en distintos lugares y ciudades del Mediterráneo. Estos autores utilizan un mapa de circulaciones en el Mediterráneo, donde seleccionan unas ciudades específicas (Alicante y Tanger). De esta manera, ponen de relieve la existencia de un encaje particular de las migraciones y la circulación, las economías de frontera y los tipos de economía de bazar. En los dos lugares de frontera, “el comercio de la maleta” emerge en un contexto donde hay una gran variedad tipológica de movibilidades: desde formas asalariadas hasta la inserción de los jubilados, de las formas vinculadas al turismo y al contrabando, del éxodo rural y del retorno, entre otras. A partir de la selección de estos dos contextos, y en particular del análisis del negocio de la maleta (mezclado de contrabando y economía de bazares) describen, de forma original, un espíritu de movilidad (y muchas veces de movilidad circular), tanto de productos como de personas, que definen dichos espacios. Por consiguiente, el empresariado étnico es también marcadamente circular: una circularidad altamente flexible y unos estilos de vida alternativos.

¿Un campo todavía por explorar?

Como vemos, son varias las líneas de investigación que se abren en este volumen, desde los factores del contexto de acogida que determinan la inserción laboral de los inmigrantes, hasta las propias características socio-culturales de los grupos étnicos. El desarrollo de España como un país de destino para movimientos migratorios, cada vez más intensos y diversos, en el contexto del debate del empresariado étnico, no sólo supone un “mirar de cerca a los inmigrantes”, sino también ahondar en la sociedad receptora y sus dinámicas sociales, económicas y urbanas. Las estrategias empresariales son repetidamente familiares e incluso colectivas, las cuales incluyen no sólo a la figura del empresario, sino al grupo étnico, configurándose también un conjunto de relaciones interétnicas y en interacción con la población autóctona en el marco de la actividad empresarial. El debate de fondo toca al asentamiento y a la integración de los inmigrantes. Plantea, por ejemplo, si la configuración de espacios de concentración de empresas étnicas favorece la dinámica social y económica urbana, así como la inserción de los inmigrantes en el contexto receptor. De este modo, considerar los múltiples espacios del contexto receptor, sean fronterizos, agrarios, turísticos o metropolitanos, como lo hacen cada uno de los autores de este

volumen, es primordial pero no está todavía sólidamente elaborado. Contamos ya con un esbozo de la concentración de la economía étnica y de sus características, de las principales nacionalidades de procedencia de los inmigrantes empresarios, su especialización y localización, etc. No obstante, estos trabajos no sólo nos ofrecen un panorama descriptivo, sino que también se plantean una serie de interrogantes teóricos a los que este volumen no puede responder plenamente.

Las cifras nos ofrecen algunas claves. Por volumen aquellos procedentes de la Unión Europea son los que sobresalen entre los trabajadores autónomos. Según país de origen destacan fundamentalmente los procedentes de Reino Unido, China, Alemania y Marruecos. Entre los países latinoamericanos Argentina se encuentra a la cabeza.

Hemos definido el empresariado étnico como aquel conjunto de actividades empresariales realizadas por personas pertenecientes a grupos étnicos, de origen migrante o no, y con una significativa, aunque no absoluta, dependencia del capital social proporcionado por los recursos étnicos. Esta definición perseguía aclarar la calificación de lo étnico (en contraste con lo autóctono, la extranjería, las identidades nacionales) y de los recursos étnicos. No obstante, los recursos étnicos (créditos étnicos, sociedades de préstamo étnicas y fuentes de capital más pequeño) pueden ser complementarios a los recursos de clase (capital financiero, capital humano, capital cultural, capital social). Hemos también considerado los diferentes subsectores de esta economía: formal, informal e ilegal así como su cantidad, concentración y organización, pero todavía nos falta información más precisa al respecto.

Varios han sido los ejes que han articulado el análisis de los autores clásicos de la sociología de las migraciones al abordar la problemática de la economía étnica. A saber, la movilidad social y laboral, la inserción en el entramado urbano, la importancia del capital cultural y social, y los conceptos de movilidad y circularidad asociados a los estudios sobre el transnacionalismo. ¿Es el empresariado étnico una cuestión de éxito o fracaso? ¿Es el factor étnico la clave explicativa del empresariado, o se trata más bien de una explicación culturalista, como sucede con los chinos?, ¿qué ocurre entre los pequeños empresarios que se encuentran en los márgenes más débiles de la estructura ocupacional como, por ejemplo, los gitanos y los senegaleses en la venta ambulante, regidos por las pautas de una tradición cultural específica? ¿es el empresariado étnico verdaderamente una estrategia refugio?

Si hasta aquí el abanico de preguntas era numeroso, los interrogantes, tanto de corte cuantitativa como cualitativa, sobre los negocios, en el marco del proceso de globalización, se intensifican aún más. En efecto, en la actualidad las economías étnicas locales están integrándose progresivamente en cadenas globales de producción y distribución. Por una parte, contamos con el denominado transnacionalismo desde arriba, promovido por la comunicación puntera y las revoluciones en el transporte y conducido por factores financieros y corporativos. Por otro lado, existe un tipo de transnacionalismo, desde abajo, que protagonizan muchos de nuestros empre-

sariados étnicos. Se trata de un tipo de transnacionalismo mucho más difícil de captar precisamente, porque es marcadamente circular. Tanto los productos como las personas que definen dichos espacios, están marcados por una circularidad altamente flexible, que se combina con estilos de vida alternativos. Los espacios de fronteras son excelentes puntos de mira de estos procesos (como, por ejemplo, en el caso de Alicante). Y algunas comunidades son verdaderos ejemplos de su funcionamiento, como ocurre con las redes murides de Móodu-Móodu, considerados, con frecuencia, los héroes transnacionales, que conjugan un islam subsahariano, con el arte de un mercadeo caracterizado por las idas y venidas.

Bibliografía

- ALBA Y NEE (1997) "Rethinking Assimilation Theory for a New Era of Immigration". *International Migration Review*, vol. 31 (4): 826-874.
- APITZSCH, U. (coord.) (2005) "The Chances of the Second Generation in Families of Ethnic Entrepreneurs: Intergenerational and Gender Aspects of Quality of Life Processes", Project funded by DG-Research of the European Commission under the Fifth EU Framework Programme for Research.
- ANTHIAS, F.; MEHTA, N. (2002) "Gender, Migration and Self-employment: Gender Divisions and Ethnic Enterprise", *International Review of Sociology*, 2.
- APITZSCH, U.; CONTOS, M. (eds.) (2002) "Self-employment, Gender and Migration. Women in Non-Privileged Self-employment", *International Review of Sociology*, 2.
- ARAMBURU, Miguel (2002) "Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del 'inmigrante' como categoría social". *Scripta Nova*, vol. 6 (108).
- BLASCHKE, J.; BOISSEVAIN, J.; GROTENBREG, H.; JOSEPH, I.; MOROKVASIC, M.; WARD, R. (1990) "European Trends in Ethnic Business", en WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R.: *Ethnic Entrepreneurs Immigrant Business in Industrial Societies*. Londres: Sage Publications.
- BODY-GENDROT, S. Y MA MUNG, E. (1992) "Entrepreneurs entre deux mondes", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8 (1).
- BONACICH, E. (1973) "A Theory of Middleman Minorities", *American Sociological Review*, Vol. 38: 583-94.
- BORDONADO, Julia; María I. BODEGA; A. ALGARRA Y J. A. CEBRIAN (2003) *Creación y gestión de empresas étnicas de restauración en Zaragoza*. ESIC-CAI, Madrid.
- CACHÓN RODRÍGUEZ, L. (2005) *Bases sociales de los sucesos de Elche de septiembre de 2004. Crisis industrial, inmigración y xenofobia*. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- CAMARERO, Luis A. y Iñaki GARCÍA (2004) "Los paisajes familiares de la inmigración". *Revista de Estudios Sociológicos*, n.º. 4, pp. 173-198.
- CEBRIÁN, Juan A.; M. I. BODEGA; A. M. LÓPEZ; J. BORDONADO y D. CABRERA (2002) "Los inmigrantes en el barrio de Embajadores: hacia una consolidación del negocio étnico". *Revista de Cooperación Internacional*, n.º. 8, pp. 59-74.

- CEBRIÁN, Juan A. y M. I. BODEGA (2002) “El negocio étnico, nueva fórmula de comercio en el casco antiguo de Madrid. El caso de Lavapiés”. *Estudios Geográficos*, vol. 63, nº. 248-249, pp. 559-580.
- CEBRIÁN, Juan A.; María I. BODEGA y Julia BORDONADO (2004) “La iniciativa empresarial del inmigrante”. *Economistas*, nº. 99, pp. 116-122
- ESCRIVÁ, A. y RIBAS, N. (eds.) (2004) *Migración y Desarrollo. Estudio sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*. Córdoba: IESA
- GARCÍA I JORBA, David (2004) “La autoocupación de inmigrantes en el área metropolitana de Barcelona”. Ponencia presentada al *VIII Congreso Español de Sociología*. Alicante.
- GRANOVETTER, M. (1985) “Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology*, 91 (3): 481-510.
- GUARNIZO, L. E. y SMITH, M. P. (ed.) (1998) “Introduction”, en *Transnationalism from Below*, New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, pp. 3-34.
- HILLMAN, F. (1999) “A Look at the “Hidden Side”: Turkish Women in Berlin’s Ethnic Labour Market”, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23 (2): 267-282.
- LIGHT, I (1972) *Ethnic Enterprise in America: Business and the Welfare among Chinese, Japanese and Blacks*. Berkely: University of California Press.
- LIGHT, I. y ROSENSTEIN, C. (1995) *Race, Ethnicity, and Entrepreneurs in Urban America*, Nueva York: Aldine de Gruyter
- LÓPEZ DE LERA, D. (2004) “Análisis cuantitativo sobre género y empresariado étnico en España”, en OSO, L. (dir.) *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. Madrid: Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- MARIE, C. V. (1992) “Les étrangers non-salariés en France, symbole de la mutation économique des années 80”, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8 (1).
- MASSEY, D. (1990) “Social Structure, Household Strategies, and the Cumulative Causation of Migration”, *Population Index*, vol. 56: 3-26
- MOROKVASIC, M. (1991) “Roads to Independence Self-employed Immigrants and Minority Women in Five European States”. *International Migration*, vol. 29 (3).
- MOROKVASIC, M. (1999) “Beyond the Hidden Side: Immigrant and Minority Women in Self-employment and Business in Europe”, Ponencia presentada al IOM Workshop on Women and Migration, Geneva, 30-31 de agosto.
- MURCIA NAVARRO, E (1974) “Los comerciantes hindúes en Santa Cruz de Tenerife”. *Estudios Geográficos*, nº. 136. CSIC.
- OSO, L. (2004) “Mujeres dominicanas y empresariado étnico en Madrid”, en OSO, L. (dir.): *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*, Madrid, Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- PORTES, A. (1995) “Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview”, en PORTES, A., *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity and Entrepreneurship*. Nueva York: Russell Sage Foundation.

- PORTES, A. (1997) "Adaptation and Native-born Responses in the Making of the Americas. *International Migration Review*, vol 31: 803-805. Traducido al castellano por Natalia Ribas en "Inmigración para un nuevo siglo: problemas y oportunidades". *Revista Étnicas* (2000) (25-60, Cuadernos Étnicas).
- PORTES, A. and RUMBAUT, R. G. (1990) *Immigrant America. A Portrait*. Berkeley: University of California Press.
- PORTES, A. y STEPHICK, A. (1993) *City on the Edge: The Transformation of Miami*. Berkely: University of California Press.
- POLANYI, K. (1989) *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Madrid: La Piqueta. (Ed. original 1944).
- PORTES, A., MANNING, R. (1986) "The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples", in NAGEL, J.; OLZAK, S. (eds.): *Competitive Ethnic Relations*, Feborida Academic Press.
- RATH, J. (2000) *Immigrant Business. The Economic, Political and Social Environment*. Basingstoke: Macmillan Press.
- RATH, J. y KLOOSTERMAN, R. (1998) *Rijp en Groen: Het Zelfstanding Ondernemerschap van Immigranten in Nederland*. Amsterdam: Het Spinhuis
- RIBAS MATEOS, N. (2004) *Una invitación a la sociología de las migraciones*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- RIBAS N. (2004b) "El empresariado étnico de las marroquíes en el mundo de los mercados catalanes", Oso, L. (dir.) *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*, Madrid, Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- RIESCO SANZ, Alberto (2003) "Enclaves y economías étnicas desde la perspectiva de las relaciones salariales". *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol 21, (2): 103-125.
- SERRA DEL POZO, Pau (2005) *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona en 2004*. Barcelona: Fundación Paulino Torras Doménech.
- SOLÉ, Carlota y Sònia PARELLA (2005) *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundació CIDOB.
- SONG, M. (1997) "Children's Labour in Ethnic Family Businesses: the Case of Chinese Take-aways in Britain". *Ethnic and Racial Studies*, vol. 20 (4): 691-716.
- SOW, P (2004) "Estrategias transnacionales de los senegales en España", en ESCRIVÁ, A. y RIBAS, N. (edas.) *Migración y Desarrollo. Estudio sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*. Córdoba: IESA.
- WALDINGER, R. (1996) "Who Makes the Beds? Who Washes the Dishes? Black/immigrant Competitions Reassessed", en H. ORCUT DULEEP y P. WUNNAVA (eds.) *Immigrants and Immigration Policy*. Greenwich: JAI.
- WALDINGER, R; ALDRICH, H. and WARD, R. (1990) *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. Londres: Sage Publications.
- WILSON, K.; PORTES, A. (1980) "Immigrant Enclaves: A Comparison of the Cuban and Black Economies in Miami", *American Journal of Sociology*, vol. 78.

Economías étnicas¹

Ivan Light

Los estudios sobre la economía étnica, descendientes directos de la teoría de las minorías intermediarias que todavía continúa incluyéndolos (Min, 1996; Yeung, 1999; Kim, 1999; Chirot y Reid, 1997; Lee, 2002), ahora se ocupan también de la independencia económica de los inmigrantes y de las minorías étnicas en general y no sólo de las minorías intermediarias². La independencia económica parcial o total representa para los inmigrantes y para las minorías étnicas una autodefensa básica y omnipresente frente a la exclusión y las desventajas que encuentran en el mercado laboral. Las economías étnicas permiten a los inmigrantes y a las minorías étnicas superar las desventajas y la exclusión, negociando los términos de su participación en el mercado laboral de la sociedad general desde una posición de fuerza relativa. Esto significa que la definición de economía étnica se ha ampliado durante la última década. Light y Krageorgis (1994: 647) definían una economía étnica como “los autoempleados y empleadores, sus trabajadores familiares no asalariados, y sus empleados coétnicos”³. Una década más tarde esta definición es válida únicamente para describir la *economía de propiedad étnica*, que tan solo es un componente de una economía étnica sin abarcar la totalidad. Tal como se entiende actualmente, la *economía étnica* consta de dos sectores: la economía étnicamente controlada, y la economía de propiedad étnica⁴. Una *economía de propiedad étnica* todavía se define por la propiedad de los negocios⁵.

¹ El autor agradece al Hansewissenschaftskolleg por su apoyo para disponer del tiempo necesario para completar este trabajo.

² Más amplia que la definición de Hillman (2000: 419) porque incluye a las minorías étnicas, pero por otra parte idéntica: “Alles was von Auslaendern als Selbststaendigkeit betrieben wird”.

³ Esta revisión de los estudios realizados actualiza el trabajo de Light y Karageorgis (1994).

⁴ Se debería diferenciar entre economía de propiedad étnica y economía de enclave étnico. Los términos no son sinónimos aunque a menudo son utilizados con poco cuidado como si lo fueran. Una economía de enclave étnico

Por otra parte, la *economía étnicamente controlada*, requiere el control étnico, pero no es imprescindible la propiedad. Las economías étnicamente controladas existen cuando, y en la medida en que, los *empleados* coétnicos “ejercen un importante y duradero” poder de mercado sobre los lugares de trabajo debido a su cantidad, concentración y organización, pero también allí donde son destinados por poderes externos políticos o económicos (Light y Gold, 2000: 23). Un gremio dominado étnicamente es el ejemplo más sencillo. Los gremios influyen en las políticas de contratación y de salarios de empresas que no poseen. En realidad, el control no suele ser frecuente; mientras que la *influencia*, en cambio, sí lo es. Influencia es menos que control, pero de cualquier modo implica la capacidad de tomar decisiones sobre salarios y contratación (Rogerson, 1999). La *ocupación absoluta de puestos de trabajo* se produce cuando, gracias al control coétnico, los empleados contratan sólo a coétnicos. La ocupación relativa de puestos de trabajo ocurre cuando, gracias a la influencia coétnica, los empleados contratan a coétnicos a una escala significativamente elevada, pero sin llegar al monopolio absoluto.

La nueva distinción entre economía de propiedad étnica y economía étnicamente controlada es semejante a la clásica entre propiedad y control de las empresas. Igual que, por muchas razones, lo mismo da que los accionistas posean las empresas que los gestores controlan, de la misma manera a veces no importa que los no coétnicos sean propietarios de las empresas si, y en la medida en que, los empleados coétnicos las controlen. Quienes controlan una empresa obtienen recompensas que se les niegan a otros. De hecho, el control es mejor que la propiedad pues quienes controlan consiguen beneficios sin los riesgos o costes financieros que acarrea la propiedad.

Tanto la economía de propiedad étnica como la economía étnicamente controlada están compuestas de subsectores formales, informales e ilegales (Tienda y Rajjman, 2000: 292-296). El sector formal incluye a las empresas que pagan impuestos y están registradas oficialmente. Cuando los empleados coétnicos controlan estas empresas sin poseerlas se puede decir que trabajan en el subsector formal de la economía étnicamente controlada. Si los coétnicos poseen estas empresas, entonces los propietarios y sus empleados coétnicos trabajan en el subsector formal de la economía de propiedad étnica, el cual todavía constituye el foco principal de los estudios realizados. El sector informal consta de empresas que, produciendo bienes y mercancías legales, lo hace sin pagar impuestos ni tener reconocimiento oficial (Bourgeois, 1995).

es una economía de propiedad étnica que está geográficamente agrupada alrededor de un núcleo con alta densidad residencial (Light, Sabagh, Bozorgmehr, y Der-Martirosian, 1995; Werbner, 2001). Las economías de enclave étnico son un caso especial de economía de propiedad étnica. De cien economías de propiedad étnica, sólo 14 eran también economías de enclave étnico (Logan, Alba y McNulty, 1994).

⁵ La definición de propiedad de la empresa es más complicada de lo que parece. El censo de EE UU ofrece dos criterios: autoempleo declarado e ingresos por autoempleo. El primer grupo registra autoempleados; el segundo, que se han obtenido ingresos del autoempleo. La coincidencia de estas dos categorías es de sólo el 60 % (Light y Rosenstein, 1995: 44). Muchas personas están autoempleadas además de tener un trabajo asalariado (Li, 2000).

Cuando los coétnicos poseen estas empresas, su economía de propiedad étnica ocupa el subsector informal. Si los empleados coétnicos controlan esas empresas sin poseerlas, entonces la empresa informal se encuadra en la economía étnicamente controlada⁶. El subsector ilegal, por su parte, lo conforman empresas que manufacturan o distribuyen productos o mercancías prohibidas a clientes que los desean, especialmente drogas, juego y prostitución, pero también documentos falsos de inmigración, pornografía y videos piratas. Como antes, la propiedad coétnica de empresas ilegales se encuentra en la economía de propiedad étnica, mientras que el control coétnico pertenece a la economía étnicamente controlada (Tabla 1). Esta tipología clasifica todos los casos posibles, delimitando el concepto de economía étnica, aunque, no obstante, las categorías 5 y 6 sean poco frecuentes.

TABLA I
SECTORES Y SUBSECTORES DE LA ECONOMÍA ÉTNICA

Sector	Economía de propiedad étnica			Economía étnicamente controlada		
Subsector	Formal	Informal	Ilegal	Formal	Informal	Ilegal
	1	2	3	1	2	3

Ejemplos:

- 1 Propietarios de lavanderías, sus familiares trabajadores no asalariados y sus empleados coétnicos
- 2 Propietarios de talleres de confección sin licencia, sus familiares trabajadores no asalariados y sus empleados coétnicos
- 3 Propietarios de negocios de apuestas, sus familiares trabajadores no asalariados y sus empleados coétnicos
- 4 Empleados coétnicos que controlan las empresas de lavanderías que los emplean.
- 5 Empleados coétnicos que controlan los talleres de confección sin licencia donde trabajan.
- 6 Empleados coétnicos que controlan los negocios de apuestas que los emplean.

Los trabajadores inmigrantes y de minorías étnicas a menudo recurren al autoempleo debido a sus desventajas en el mercado laboral (Raes, 2000:34; Tienda y Rajjman, 2000: 300). Las discriminaciones racial, étnica y religiosa constituyen las principales causas de desventaja, pero la carencia de conocimientos lingüísticos y el hecho de no poder acreditar su capital humano, también juegan un papel importante. En cualquier caso, la desventaja principal es la provisión de fuerza de trabajo, que se produce cuando los trabajadores no pueden conseguir salarios o empleo asalariado que alcance a la compensación predominante del mercado por su capital humano.

⁶ El propietario de la empresa y sus empleados coétnicos pertenecerían a otro grupo de la economía de propiedad étnica. La misma empresa podría aparecer en el grupo A de la economía étnicamente controlada y en el grupo B de la economía de propiedad étnica.

La desventaja más extrema del mercado laboral es el desempleo de larga duración. Llegado a este punto, los trabajadores con desventajas y que disponen de recursos sólidos (capital humano, social, financiero y cultural), buscando cómo mejorar su situación se autoemplean en el sector formal, y quienes tienen menos recursos en el informal. A menudo, empresas que comienzan en el sector informal con el tiempo pasan al formal (Rajiman y Tienda, 1999; Robert y Bukodi, 2000: 151). La tasa de autoempleo de inmigrantes es mayor en el sector informal que en el formal, y ambas aumentan espectacularmente si se considera el pluriempleo⁷.

Todos los coétnicos empleados en la economía de propiedad étnica o en la étnicamente controlada pertenecen a la economía étnica de su grupo. Cada grupo étnico tiene una economía étnica aunque sea muy pequeña⁸. El tamaño de las economías étnicas frente al empleo en la sociedad general es históricamente muy variable y dependiente de cada grupo etnocultural (Shrover, 2001)⁹. A veces la mayoría de los coétnicos encuentra empleo en la economía étnica y otras no (Boyd, 2000, 2001a). De cualquier modo el tamaño absoluto y relativo de las economías étnicas, sus sectores y subsectores, es decisivo. Por el momento, sólo la economía de propiedad étnica del subsector formal puede ser estimada a partir de datos de fuentes oficiales. Las economías étnicamente controladas y las de propiedad étnica en los subsectores informal e ilegal no quedan registradas en las estadísticas oficiales y sólo pueden estimarse a partir de investigaciones sociales, la única fuente de información sobre este tema. La mejora y el debate sobre los volúmenes estimados y su validez es un constante interés metodológico de la investigación de las economías étnicas (Sik, 1998: 5-8, 59-68).

Los investigadores han desarrollado métodos cuantitativos que permiten estimar el tamaño de las economías étnicas a partir de estadísticas públicas (Hum, 1997; Logan, Alba, Dill, y Zhou, 2000). Estas metodologías permiten a los analistas aproximarse al volumen de las economías étnicas de una gran variedad de grupos etnoraciales en diferentes lugares, mientras que la metodología previa se basaba en estudios de caso de un solo grupo en un único lugar. Los estudios de caso localizados todavía proporcionan el método más exacto, pero son incapaces de producir generalizaciones amplias. De acuerdo a estas metodologías de estimación las economías étnicas son sorprendentemente grandes. Utilizando datos del censo y revisando las investigaciones, Light y Gold (2000: 34) descubrieron que el 11 % de la fuerza de trabajo de todas las personas

⁷ “La omnipresencia del autoempleo es apreciablemente mayor si se considera a quienes están pluriempleados” (Tienda y Rajiman, 2000: 300).

⁸ En principio, incluso los grupos étnicos dominantes o mayoritarios tienen economías étnicas, pero las investigaciones empíricas realizadas se ocupan muy poco de este caso. Debería ser discutible, pero no lo es. Dado que las investigaciones abordan únicamente a los grupos étnicos inmigrantes y minoritarios, esta restricción limita también la revisión de las investigaciones que aquí se ofrece.

⁹ Los inmigrantes que retornan comienzan negocios en sus pueblos de origen. Véase Massey y Parado, 1998.

nacidas en el extranjero en 1990 se encontraba en el subsector formal de la economía de propiedad étnica¹⁰. Naturalmente, cada uno de los grupos tiene una economía de propiedad étnica mayor o menor del promedio estadístico. Entre los hispanos el promedio era del 9,9 %; los afroamericanos el 5,6 %; los asiáticos el 19,2 % y los coreanos más del 50 %. Light y Gold (2000: 52) estimaron que la décima parte del promedio de los trabajadores de los grupos étnicos de Estados Unidos tenían empleo en el sector informal de la economía de propiedad étnica¹¹. Grupos específicos estaban por encima o por debajo de ese promedio que también variaba de una ciudad a otra. En el estudio más comprehensivo y serio para medir el sector de autoempleo informal, Tienda y Rajman encontraron que el 38 % de los grupos domésticos de inmigrantes mexicanos en Chicago trabajaba en la economía informal. La gestión del alquiler inmobiliario era el negocio informal tipo, pero no queda claro si los mexicanos alquilaban sus propias propiedades o si subarrendaban las propiedades de otros, en cuyo caso se trataría de control étnico, y no de propiedad étnica.

Una abundante serie de investigaciones a lo largo del tiempo ha tratado de calibrar el tamaño de los *nichos étnicos* que ahora suelen definirse como conjuntos o grupos de trabajo u ocupacionales de coétnicos cuando sobrepasan en 150 % el número esperado (Boyd, 2001b: 89). Dado que agruparse implica control, la medida de los nichos étnicos estima a grosso modo la amplitud de la economía étnicamente controlada del subsector formal¹². El agrupamiento varía mucho de un grupo a otro, de ciudad a ciudad, y de década a década. Sus causas no siempre son las mismas (Talwar, 2001: 121). Entre los afronorteamericanos el sector público representa el principal nicho étnico (Boyd, 1993). Alrededor del 20 % del promedio de los grupos etno-raciales trabaja en economías étnicamente controladas (Light y Gold, 2000: 52). Añadiendo este 20 % de trabajadores al otro 20 % de los empleados en los subsectores formal e informal de las economías de propiedad étnica, más el uno por ciento estimado que trabaja en la economía ilegal, exclusiva de personas en prisión, Light y Gold (2000: 52) estimaron que el 41 % de la fuerza de trabajo de Estados Unidos trabajaba en las economías étnicas¹³.

¹⁰ "... el 46 % de todos los empleados en Australia trabaja en pequeñas empresas. Si añadimos a ese porcentaje los trabajadores familiares sin salario, los propietarios-gestores de empresas autoempleados y empleadores, entonces alrededor de dos tercios (63 %) del total de la fuerza de trabajo australiana forma parte del sector de la pequeña empresa. Esto está un poco por encima de la media de los siete países" (Collins, et al., 1996: 112).

¹¹ Sik (1998: 77) estima que el 11 % del total de los gastos de los grupos domésticos entraba en la economía informal de Hungría en 1997.

¹² "Los nichos étnicos surgen cuando un grupo es capaz de colonizar un sector concreto de trabajo de tal modo que los miembros tienen un acceso privilegiado a los nuevos puesto de trabajo, mientras que se restringe a los de fuera" (Portes, 1998: 13).

¹³ Farlie (1999: 8) llega a la conclusión de que alrededor del 2,4 % de los jóvenes estadounidenses vendió drogas al menos una vez en 1980. Otro 13 % vendió hachis.

Ingresos, riqueza y explotación

¿Cómo es de lucrativa la economía étnica? Este tema continúa atrayendo un interés persistente y, a menudo, polémico en Estados Unidos, pero no en Europa (Barrett, Jones y McEvoy, 1996). Esta polémica se produce debido a la afirmación realizada por Alejandro Portes *et al.* de que el subsector formal de la economía de enclave étnico genera unas ganancias mayores que las obtenidas por los coétnicos con un nivel educativo similar en el empleo asalariado general. En la medida en que las economías de enclave étnico disfrutaban de mayores ingresos se cuestiona a la teoría asimilacionista que conduce a la pérdida de la propia etnicidad, pues las economías étnicas que pueden impedir la asimilación a cambio proporcionan mayores ganancias (Werbner, 2001: 677; Bankston y Zhou, 1996: 39). Es decir, las economías de enclave étnico, con su consiguiente aislamiento social, geográfico y económico, resultan económicamente más ventajosas que la integración en la sociedad general, siendo un obstáculo para ella. El desarrollo paralelo de suburbios étnicos manifiesta de forma muy clara la amenaza social de este tema económico (Logan, Alba y Zhang, 2002: 300, 320).

Desde 1994 la investigación en su mayor parte no cesa de comparar los ingresos de acuerdo al nivel educativo de los coétnicos en las economías de enclave y de propiedad étnicas con los del empleo en el mercado laboral de la sociedad general (Spener y Bean, 1999). Nuevos resultados continúan llegando a la misma falta de conclusión que los revisados en la primera edición de 1994 del *Handbook of Economic Sociology*. Los datos a veces sitúan los ingresos del autoempleo por encima del de los asalariados coétnicos y, a veces, por debajo. Hay variaciones por grupo étnico, por género, por sector económico y por localidad (Li, 1994; Devine, 1994; Light y Roach, 1996)¹⁴. En una importante contribución metodológica, Portes y Zhou (1996) muestran que la especificación de los indicadores de ganancias afectaba a los resultados que obtenían los analistas. Cuando se suprimen los extras o los ingresos se cuentan en términos relativos, antes que en forma absoluta, los investigadores minimizan las ventajas económicas del autoempleo, y viceversa. La conclusión general más segura es que en muchos casos el autoempleo obtiene mayores ingresos que el coétnico asalariado en la economía dominante con un nivel educativo similar. Por mucho que desagrade este hecho, hay que reconocerlo e impedir las interferencias políticas. Por otra parte, las ventajas de las ganancias del autoempleo no constituyen una circunstancia invariable. Los autoempleados ganan menos que los asalariados con tanta frecuencia como ganan más. Hasta aquí el ideal de la integración económica conserva su plausibilidad empírica. De acuerdo al promedio, de todos los grupos étnicos en todos los lugares, el autoempleo y sus equivalentes coétnicos en el sector asalariado general, probablemente

¹⁴ Sobre género, véase Hillman, 1999; Dallalfar, 1994.

obtengan *casi los mismos* ingresos anuales por nivel educativo. El problema es determinar a partir de un promedio estadístico que mezcla a grupos particulares en localidades concretas, cuál es la fuente dinamizadora que tiene consecuencias empíricas de interés real.

Las críticas a la propiedad étnica han sido más fructíferas cuando se centraban en el supuesto, inicialmente planteado por Portes *et al.*, de que no sólo el autoempleado sino incluso sus empleados coétnicos obtenían mayores ingresos que sus coétnicos asalariados con nivel educativo similar. Las empresas pequeñas tienden a contratar a coétnicos (Romney, 1999). La investigación ha demostrado que los empleados coétnicos de las empresas étnicas a veces ganan tanto como sus equivalentes en el mercado de trabajo general, como aparece en los datos de Portes sobre Miami. De todos modos, ese resultado no se puede *generalizar*. Por el contrario, los empleados coétnicos dentro de la economía de propiedad étnica frecuentemente ganan menos de lo que correspondería a su nivel educativo frente a sus equivalentes coétnicos en la economía general. Los empleados coétnicos de la economía de propiedad étnica, ganan de promedio alrededor del 80 % de lo que sus pares coétnicos obtienen en la general. Este resultado empírico es compatible con la teoría de la asimilación y, por consiguiente, con su política adjunta, la de la integración étnica y de los inmigrantes.

La importancia de estos descubrimientos disminuye cuando nos percatamos de que entre dos tercios y el 80 % de los trabajadores en las economías de propiedad étnica son propietarios o miembros de la familia no asalariados, es decir, no empleados. Según lo anterior se puede deducir que el bienestar de los empleados importa menos que el del autoempleado. Además, los salarios más bajos en las economías de propiedad étnica no justifican la acusación de explotación laboral que a menudo se hace a los propietarios de empresas étnicas (Loucky, *et al.*, 1994). La explotación depende de la ratio de salarios-ganancias¹⁵. No puede haber explotación cuando no hay ganancias. Las ganancias de una empresa no incluyen el trabajo del propietario, normalmente el único ingreso que los dueños de empresas étnicas obtienen de largas horas de trabajo (Barrett, Jones, y McEvoy, 1996: 788). Las pequeñas empresas de inmigrantes y de minorías étnicas son improductivas¹⁶. Después de descontar el capital invertido, Bates (1997:249) descubrió que cuando los propietarios poseían un nivel de estudios medios, si eran asiaticostadounidenses ganaban 6 US \$ por hora en sus empresas y los afronorteamericanos ganaban 6,41 US \$ por hora. Los propietarios sin estudios medios ganaban sólo 3 US \$ por hora de su propio trabajo¹⁷. Estas ganancias son inferiores al actual salario mínimo en California. Si no obtienen ganancias, los propietarios de empresas no pueden explotar a sus trabajadores, *independiente-*

¹⁵ Marx definía la tasa de explotación como $G/G = S$, donde G es ganancia y S salario.

¹⁶ Los empresarios inmigrantes en Gran Bretaña expresan más satisfacción con los ingresos y ganancias que los empresarios blancos británicos (Barret, Jones y McEvoy, 1996: 797).

¹⁷ Obtenían ingresos medios porque trabajaban más horas por año que los empleados.

mente de lo poco que les paguen¹⁸. Bajo estas circunstancias los bajos salarios de los empleados en la economía étnica son una condición para su trabajo, dado que la empresa de su empleador sólo puede existir a condición de que pague salarios bajos.

La misma consideración puede aplicarse a la explotación de los trabajadores familiares sin salario, especialmente a las esposas de los propietarios. Esta denuncia es frecuente en la literatura feminista¹⁹. Tanto varones como *mujeres* tienen tasas más elevadas de autoempleo si están casados, o lo han estado, que los solteros (Devine, 1994: Tabla 4)²⁰. El matrimonio no beneficia únicamente la actividad empresarial de los hombres. Obviamente, cuando las esposas son copropietarias con sus maridos de empresas “caseras”, el marido no puede *explotar* a la esposa, aunque sí que la puede *engañar*²¹. Incluso cuando los maridos son los únicos propietarios de empresas étnicas, antes que copropietarios, el marido-propietario no puede *explotar* a su esposa e hijos no asalariados en ausencia de ganancias. Lo más probable es que la empresa que lucha por la supervivencia de un marido-propietario sólo existe porque puede acceder a trabajo familiar no asalariado (Hillmann, 2000: 429). Por mucho que sea indeseable, esta situación no constituye explotación. Adicionalmente, las mujeres inmigrantes suelen comentar que las ventajas no económicas de las economías étnicas valen más que los salarios bajos que reciben en ellas²². Por último, cuando los hijos adultos son preguntados por su experiencia de trabajo infantil no pagado en las empresas familiares de sus padres, reconocen jornadas muy largas. De todos modos, perciben este trabajo como una condición necesaria para la supervivencia de la empresa y, cuando hablan de ello, no lo denominan explotación. Ayudar “era lo menos que podíamos hacer” para pagar y compensar el duro trabajo de sus padres (Song, 1999: 76).

El reciente interés otorgado a la riqueza, frente a los ingresos, introduce nuevas preguntas sobre las ventajas económicas de la propiedad de empresas²³. En general el autoempleado posee

¹⁸ Pagando los mismos salarios bajos, pero teniendo ganancias, el sector de la comida rápida explota a sus trabajadores adolescentes (Schlosser, 2002: 73).

¹⁹ “La explotación de la fuerza de trabajo femenina con vínculos familiares algunos autores la consideran el pilar para el desarrollo del empresariado de las minorías étnicas en Gran Bretaña” (Hillman, 1999: 269).

²⁰ El matrimonio aumenta la tasa de autoempleo femenino 4,5 veces, mientras que la masculina sólo lo hace en 2,6 veces.

²¹ Incluso cuando las mujeres son quienes obtienen los créditos para hacer empresas, sus parientes masculinos a menudo consiguen controlarlos en el medio rural de Bangladesh (Gotees y Gupta, 1996).

²² “Las inmigrantes chinas con poco conocimiento de inglés y escasa especialización laboral a menudo consideran que el trabajo en Chinatown es una buena opción a pesar de los bajos salarios (...) En Chinatown, los trabajos se encuentran más fácilmente, las jornadas son más flexibles, los empleadores más tolerantes ante la presencia de niños, y las guarderías privadas (...) son más accesibles y asequibles. Además, en el trabajo pueden relacionarse con otras mujeres coétnicas...” (Zhou, 2001b).

²³ Lo mismo se puede decir de la pobreza, la cual es mucho peor ante la carencia de capital social. “La capacidad de una familia para pedir prestado 500 US \$ tenía el efecto de multiplicar sus ingresos actuales por un factor de tres” (Mayer y Jenks, 1988: 108-109).

de diez a 14 veces más riqueza que los empleados asalariados. Esta riqueza se acumula como los dividendos de los propietarios de sus empresas. A medida que una empresa crece, y sus propietarios aumentan sus dividendos, la *riqueza* de los propietarios *aumenta* incluso aunque sus ingresos no lo hagan. Cuando venden sus empresas, los propietarios finalmente disponen de esa riqueza; antes de eso, viven de los ingresos de sus empresas. Incluso si los propietarios de empresas reciben los mismos ingresos que los empleados coétnicos en el mercado general, el bienestar económico real de los propietarios es aparentemente superior gracias a su mayor riqueza. De todos modos, esta ventaja real es más pequeña de lo que indica la estimación debido a los beneficios de la pensión de los empleados. Si los propietarios venden sus empresas para financiar su jubilación, entonces el valor de la empresa debe evaluarse en comparación con las pensiones que recibirán los empleados. Los propietarios poseen riqueza, los empleados pensiones. De hecho, en términos de activos brutos del grupo doméstico, los beneficios de la pensión de los empleados eran solamente la mitad del tamaño de los activos de las empresas en 1995, lo cual sugiere que la ventaja de la riqueza de los autoempleados más que compensa los beneficios de la pensión de los empleados (Keister, 2000: 69, 123).

Investigación europea

Con la consolidación del asentamiento de las poblaciones inmigrantes en Europa, los países europeos han sido testigos del crecimiento del autoempleo de los inmigrantes y de las minorías étnicas, que ahora igualan y, en algunos casos, superan la tasa de autoempleo de los ciudadanos blancos nativos (Razin y Scheinberg, 2001: 272; Barrett, Jones, y McEvoy, 2001: 244; Echikson, 2000; Mung, 1994; Hillmann, 1999: 271-273; Barrett, Jones, y McEvoy, 1996: 783; Beltran, 2000; Kloosterman, van der Leun, y Rath, 1999: 253; Pairault, 1995)²⁴. Para interpretar este cambio, los investigadores europeos se fijaron en los modelos de Estados Unidos; pero estos modelos no siempre se adecuaban a las condiciones europeas (Engelen, 2000; Kloosterman, 2000)²⁵. Rath (2000:10) criticó el modelo de sucesión de los negocios étnicos de Waldinger (1996), observando que Europa no tuvo corrientes previas de inmigrantes cuya salida pudiera absorber a los recién llegados en los nichos vacantes. Mirando al siglo XIX, Shrover (2001: 295-296) descubre que los nichos abandonados por los inmigrantes en los Países Bajos, simplemente desaparecieron. Al desarrollar el concepto de encajado o incrustación mixta (*mixed embeddedness*)

²⁴ Los europeos tienen sus propios problemas de medida. Las estadísticas europeas no diferencian a los inmigrantes de los extranjeros con residencia temporal (Leung, 2001: 279).

²⁵ "Estados Unidos es único en su complacencia para admitir un vasto número de residentes sin cualificación, legales e ilegales, y consiente el desarrollo de un amplio sistema de subcontratación al nivel más bajo" (Freeman y Oegelman, 2000: 117).

para abordar estos temas en 1994, los investigadores neerlandeses contribuyeron con un importante correctivo teórico a una literatura de economía étnica que todavía estaba basada en las investigaciones de Estados Unidos (Kloosterman, van der Leun, y Rath, 1999; Rath, 2002). En general los investigadores europeos observaron el desarrollo de economías étnicas en países cuyos regímenes normativos tienen un mayor alcance que en Estados Unidos (Boissevain, 1997: 313). Como resultado, se dieron cuenta de los temas normativos no abordados por los investigadores estadounidenses cuya perspectiva política incluía formas de ayuda gubernamental a los pequeños negocios, pero no las regulaciones a las que estaban sometidos²⁶.

En general los países europeos se caracterizan por la combinación de un Estado fuerte/mercado débil, justo lo opuesto a Estados Unidos²⁷. La regulación política de las economías de propiedad étnica es mucho más evidente en Europa que en Estados Unidos cuyo Estado neoliberal no ofrece las protecciones sociales de los Estados de bienestar europeos según el modelo renano (Kloosterman, 2000)²⁸. Las regulaciones públicas afectan al empresariado inmigrante y de minorías étnicas de tres formas básicas. Primero, influye en el número y en las características de los inmigrantes, así como en sus derechos legales al autoempleo. Los países europeos no ofrecen visas preferentes a empresarios inmigrantes como sucede en Estados Unidos, Canadá y Australia (Tseng, 2000; Froschauer, 2001). Hasta muy recientemente tampoco ofrecían visas preferentes a trabajadores cualificados en alta tecnología, que frecuentemente se convierten en empresarios. Como consecuencia los países europeos no han atraído a una diversidad tan amplia de recursos empresariales como Estados Unidos. Además, frente a Estados Unidos, los inmigrantes en muchos países europeos no disfrutaban de inmediato del derecho legal al autoempleo. Normalmente el autoempleo se permite solamente a los inmigrantes tras una residencia previa de cuatro a seis años como mínimo, y a veces ni siquiera. Indiscutiblemente a las economías étnicas les cuesta más tiempo desarrollarse en Europa debido a que se exige a los inmigrantes un periodo de residencia más largo antes de estar habilitados para abrir empresas. Segundo, las regulaciones públicas influyen en los requisitos legales que rigen el acceso al autoempleo. Los países europeos requieren que el autoempleado en muchos sectores pase previamente por una formación reglada, se examine de su pericia profesional, y convenza a las autoridades de que su

²⁶ “La mayoría de las investigaciones estadounidenses sobre empresariado inmigrante y étnico da por supuesta la regulación, asumiendo que no es relevante en Estados de bienestar liberales como Estados Unidos” (Rath, 2002: 17).

²⁷ Con el fin de evitar una generalización internacional demasiado amplia, es mejor recurrir a la división de Freeman y Oegelman (2000: 118) de los países europeos en tres niveles, cada uno definido por la amplitud de integración de las políticas nacionales. En el nivel superior se incluye a los Países Bajos, Austria, Suecia, Noruega; en el medio Alemania, Dinamarca, Bélgica, Irlanda, Suiza, Finlandia; en el inferior, más parecido a Estados Unidos, se encuentra Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda.

²⁸ Las regulaciones también están presentes en Estados Unidos. “...en Nueva York, una persona que venda sin permiso perderá sus mercancías y mucho tiempo y multas en los juzgados” (Austin, 1994: 2129).

proyecto empresarial es de interés público, y, una vez iniciada la empresa, debe someterse a las detalladas normativas sobre estándares laborales, salarios y jornadas, pagos a la seguridad social y calidad de la producción. Tercero, los Estados de bienestar europeos tratan a los desempleados más generosamente que el neoliberal estadounidense. Los beneficios son mayores, el criterio para acceder a ellos más amplio, y su recepción se alarga en el tiempo. Por lo tanto, los inmigrantes desempleados en Europa no se enfrentan a los mismos severos incentivos para el autoempleo que sus pares de Estados Unidos, pues pueden depender del seguro de desempleo y de beneficios sociales durante más tiempo (Freeman y Oegelman, 2000: 118-122).

Dicho esto, cada vez más inmigrantes en Europa, igual que sucede en Estados Unidos, llegan a la conclusión de que el autoempleo les ofrece la mejor solución a largo plazo ante sus desventajas económicas y *sociales* en el mercado del trabajo²⁹. Dado que los regímenes normativos racionan el acceso al autoempleo, los inmigrantes se enfrentan a los administradores por el derecho al autoempleo, y, una vez autoempleados, luchan contra las regulaciones, casi siempre tratando de liberarse de ellas, pero cuando sirven a sus intereses, pidiendo más (Ram, Jones, Abbas, y Sanghera, 2002; Freeman y Oegelman, 2000)³⁰. El enfrentamiento de los inmigrantes a los administradores no requiere necesariamente de una actividad política abierta. Más bien los empresarios inmigrantes lo que hacen es ignorar las normas y después tratar de evitar las penalizaciones (Kloosterman, van der Leun, y Rath, 1999: 258). Así, algunos inmigrantes que no están legalmente habilitados para el autoempleo, lo llevan a acabo de todos modos desafiando a la ley. Estos empresarios construyen economías de propiedad étnica en el sector informal. Los inmigrantes que no superan los exámenes de pericia profesional, practican sus profesiones en la economía sumergida. Los panaderos inmigrantes obligados a utilizar ingredientes caros, los sustituyen por otros baratos. Los empresarios inmigrantes que deben de pagar contribuciones a la seguridad social por sus empleados, mantienen libros de contabilidad falsos. Resulta innecesario decir que los empresarios inmigrantes de Europa no son malintencionados; más bien es la combinación de recursos débiles, desventajas en el mercado laboral y el autoempleo lo que les anima e incluso obliga a subvertir las regulaciones con el objetivo de prosperar o, en muchos casos, simplemente de sobrevivir en las empresas. A menos que reduzcan costes, los empresarios inmigrantes no pueden permanecer en los negocios.

²⁹ La desventaja en el mercado del trabajo debería distinguirse de la desventaja de los recursos. La primera se produce cuando las personas no reciben la esperada compensación por su capital humano; la segunda cuando no disponen del necesario capital humano (Light y Gold, 2000: cap. 8).

³⁰ Incapaz de obtener una licencia para ejercer de dentista en California, Armando comenzó en la clandestinidad tratando a pacientes en su casa, la cual no tiene ninguna identificación externa como clínica dental. "Los pacientes de Armando son casi todos inmigrantes mexicanos que no pueden permitirse ir a una clínica dental regularizada" (Zlolniski, 1994: 2329).

La toma de riesgos y la innovación definen al empresariado (Light y Rosenstein, 1995: 1-2). El éxito en la violación de las regulaciones o en la reducción de su sumisión a ellas son formas desconocidas y ocasionalmente antisociales de innovación empresarial que merecen un mayor reconocimiento teórico del que hasta el momento han recibido. Donde quiera que las leyes y regulaciones constriñan los negocios, los empresarios que las evaden con éxito obtienen una recompensa mercantil. Los empresarios en desventaja en el mercado del trabajo tienen mayores incentivos para realizar evasiones de las normativas cuyo riesgo incluye ir a la cárcel así como pérdidas económicas. Su propia marginalidad económica ofrece a los empresarios inmigrantes y de minorías étnicas un incentivo económico excepcionalmente poderoso para evadir las leyes que regulan el autoempleo y, cuando la evasión es imposible, para reducir su estricto cumplimiento. Por ejemplo, si es capaz de no pagar impuestos y de no ser detenido, un empresario obtiene una ventaja empresarial sobre los competidores que pagan impuestos. De forma similar, si puede deshacerse de los residuos industriales en lugares fuera de control, y eludir el castigo, los empresarios obtienen una ventaja de mercado sobre los competidores que, de acuerdo a las regulaciones, pagan por el transporte y cuotas de sanidad para el tratamiento especial de los desechos industriales. Aunque los empresarios no puedan escapar de las regulaciones, pueden en cambio tratar de negociar su cumplimiento con los agentes encargados de velar por él, posiblemente obteniendo de forma individual, o para toda una clase, privilegios que, estrictamente hablando, la ley no permite. Las estrategias de renegociación incluyen el soborno a la policía y a políticos, pero son más diversas y complejas que el simple soborno.

Un estudio internacional coordinado por Jan Rath *et al.* (2000) sobre el trabajo de la confección en siete ciudades europeas y estadounidenses ilustra muy bien cómo la investigación europea se centra en las regulaciones. Este estudio comparaba investigaciones sobre el trabajo de la confección en París, Londres, las West Midlands, Amsterdam, Nueva York, Miami y Los Angeles. En cada una de estas áreas metropolitanas, los empresarios inmigrantes controlan la industria de la manufactura de la confección donde los trabajadores inmigrantes proporcionan la fuerza de trabajo. La supervivencia del trabajo de la confección controlado por inmigrantes en cada caso dependía de una evasión generalizada y estructurada de las leyes que regulan la jornada laboral, salarios, condiciones sanitarias, trabajo en casa, impuestos, salud y contribuciones sociales. Es decir, en todas estas ciudades, los empresarios inmigrantes no pagaban a los trabajadores por todas las horas trabajadas, ni mantenían las condiciones sanitarias legalmente requeridas en el lugar de trabajo. Los empresarios inmigrantes también imponían trabajar en las casas de modo ilegal, evadían los impuestos sobre sus ganancias, y escabullían o no realizaban las contribuciones sociales legalmente aprobadas³¹. Estas prácticas creaban la manifiesta monstruosidad

³¹ “A pesar de todo el corpus de regulaciones de empleo, salud y seguridad, todavía son habituales algunas prácticas irregulares en las pequeñas empresas de ropa de Gran Bretaña. Pobres condiciones de trabajo caracterizan a

dad industrial denominada talleres que explotan a los obreros (“sweatshops”). Aunque era un tema frecuentemente sacado a la luz por los periodistas, muy pocas veces los talleres clandestinos eran tomados seriamente por la policía y por los políticos, quienes sistemáticamente ignoraban sus violaciones de la legislación. El soborno estaba a veces presente, pero las políticas administrativas eran más importantes. Sin la tolerancia de estas violaciones industriales, una opción de los gobiernos locales, el trabajo manufacturero de la confección no podría haber sobrevivido en ninguna de las siete ciudades dado que, por muy bajos que fueran sus salarios y condiciones laborales, eran inmensamente mejores que en los países del Tercer Mundo donde también hay manufactura de la confección. Para mantener los trabajos de los inmigrantes en la ciudad, la policía y los políticos ignoraban las violaciones de las regulaciones del trabajo.

Amsterdam ofrece un caso concluyente (Raes, *et al.*, 2002). Probablemente debido a que los Países Bajos poseen una de las economías europeas más corporativas, los políticos y la policía de Amsterdam finalmente obligaron al cumplimiento de la normativa laboral que gobernaba la manufactura de la confección. La policía realizó redadas en fábricas y confiscó libros de contabilidad. Multó y cerró a las empresas que no cumplían la ley. Durante tres años, el cumplimiento estricto de la ley clausuró el 90 % de los talleres de confección de Amsterdam (Rekers y Van Kempen, 2000: 66). La mayoría del trabajo manufacturero de la confección de la ciudad desapareció o se trasladó a Polonia donde una fuerza de trabajo más barata y estándares laborales más bajos le proporcionaban un paraíso. No hace falta decir que en Amsterdam, el estricto cumplimiento de la ley ha dejado sin sus empresas a los empresarios inmigrantes y sin empleos de salarios bajos a muchos trabajadores inmigrantes. Por lo tanto, el exitoso cumplimiento de la ley aumentó el desempleo entre los inmigrantes, dejando abierta la cuestión de que seguir estrictamente las regulaciones laborales no beneficiaba a los intereses económicos de la ciudad y mucho menos a los de los inmigrantes.

Interaccionismo y globalización

El interés europeo en los regímenes reguladores ocupa una posición intersticial entre lo que fue el centro teórico de la investigación de las empresas étnicas, y lo que también podría ser su futuro núcleo. Mirando primero al pasado, el anterior *Handbook* afirmaba que el interaccionismo constituía el “movimiento dominante de pensamiento” en las investigaciones de la economía

muchas empresas del sector de la confección en West Midlands. Se descubrieron empresas de confección abiertas en ‘fábricas abandonadas, antiguos almacenes, habitaciones en callejones sobre tiendas y en viviendas’. La gente trabaja en condiciones de hacinamiento, con iluminación, ventilación y saneamiento inadecuados. Los aspectos de salud y de seguridad son insatisfactorios, no hay planes de emergencia para casos de incendio y las puertas de salida estaban bloqueadas” (Ram, Jerrad, and Husband, 2001: 82).

étnica. El *interaccionismo* hace referencia a que las empresas de inmigrantes y de las minorías étnicas dependen de “la adecuación entre lo que los grupos pueden ofrecer y lo que los consumidores demandan”. Esta perspectiva estadounidense se centra únicamente en la demanda del consumidor, ignorando las regulaciones de la políticas públicas. No obstante, una estructura de oportunidad abarca tanto la demanda del consumidor como el régimen normativo. Así, la demanda del consumidor de marihuana se encuentra ante el rechazo de las regulaciones si la policía arresta a los vendedores, limitando políticamente una oportunidad económica que a su vez obedece a la activa demanda del consumidor. En este sentido, el concepto de encajado o incrustación mixta (“mixed embeddedness”) introduce en la teoría interaccionista una estructura de oportunidad con un aspecto normativo y otro de demanda (Kloosterman, van der Leun y Rath, 1999: 257). Las economías étnicas dependen de la adecuación entre lo que los grupos pueden ofrecer y lo que está permitido que ofrezcan, *no* entre la demanda del consumidor y lo que los grupos *pueden* ofrecer. Esta fórmula corrige el economicismo en que había caído la teoría interaccionista de Waldinger. Aquí *economicismo* significa la suposición oculta de que la demanda del consumidor es lo único que las empresas étnicas deben satisfacer, olvidándose de su dependencia igualmente importante de las regulaciones.

Mirando hacia el futuro, un corpus ya sustancial y todavía creciente de investigaciones examina a los negocios étnicos en el contexto de la globalización, una corriente predominante de la última década y presumiblemente también de la siguiente. La globalización lleva el contexto interaccionista a un nivel superior, al preguntar cuál es la adecuación entre las economías étnicas y la estructura de oportunidad global. Desde la demanda, la globalización amplía el repertorio de los gustos de los consumidores en todas partes, fomentando los negocios que ofrecen productos y servicios exóticos y especializados culturalmente (Collins, et al., 1995: 101; Romney, 1995: 130). La globalización también aumenta los ingresos procedentes de los consumidores más acaudalados, creando una demanda efectiva de bienes cosmopolitas. La creciente aceptación del consumidor y una demanda efectiva de productos extranjeros fortalece a las empresas de las minorías étnicas y de los inmigrantes. La popularidad de los *donar kebab* turcos en Alemania es un ejemplo; la de la acupuntura china, otro. Los consumidores alemanes demandan ahora comida turca y médicos chinos, cuando hace tan sólo una generación no querían a ninguno de los dos (Hillmann y Rudolph, 1997; Rudolph y Hillman, 1998; Gabaccia, 1998: 120). A su vez, la demanda incontrolable y en aumento de los consumidores ha forzado a los regímenes normativos a modificar prácticas que anteriormente obstaculizaban a los negocios étnicos. Los círculos financieros europeos son cada vez más conscientes del atractivo económico ofrecido por el turismo interno que se dirige a visitar las comunidades étnicas (Tait, 2001). En el Estado de California, el título “Doctor de medicina oriental” permite ahora que una persona practique la medicina, una profesión que hasta hace poco excluía por ley a tradiciones médicas no occidentales del acceso al

mercado. La promoción del turismo en barrios de inmigrantes y étnicos también ha obligado a las autoridades europeas a repensar las regulaciones que gobiernan la vivienda de las poblaciones extranjeras.

En cuanto a la oferta, ya hay cuatro cambios que fortalecen las economías de propiedad étnica, y es probable que continúen haciéndolo en el futuro. El *microcrédito* es una nueva técnica de desarrollo empresarial inventada en Bangladesh, muy utilizada en los países del Tercer Mundo, y dirigida cada vez más hacia los residentes de minorías étnicas en desventaja de los países desarrollados (Yunus y Jolis, 1998). Los programas de microcrédito, ahora un instrumento favorecido por los gobiernos, financian eficazmente a los desempleados para que se conviertan en propietarios de empresas. Estas agencias ya han ampliado la propiedad de empresas de las minorías étnicas en Estados Unidos, especialmente entre los más desfavorecidos (Painter y Tang, 2001). Las agencias de microcrédito llegan a las personas en desventaja que tienen menos capacidad para acceder a las ayudas para el desarrollo empresarial (Bhatt, Painter y Tang, 1999). En segundo lugar, los programas de visas para empresarios e inmigrantes en el ámbito de la alta tecnología, introducen trabajadores de origen extranjero que disponen de los motivos y recursos suficientes para abrir empresas en el sector formal. En 1990, una cuarta parte del total de los empresarios de Silicon Valley había nacido en el extranjero (Saxenian, 2000a, 2000b; Shin, 2000). La empresa Yahoo es propiedad de inmigrantes así reclutados. El Reino Unido y Alemania, con la esperanza de atraer a trabajadores de elevada cualificación, ofrecen ahora visas comparables a la HIB de Estados Unidos³². Tercero, la inmigración es cada vez más transnacional. El *transnacionalismo* crea diásporas étnicas electrónicamente coordinadas que producen *diez veces más* empresarios por mil inmigrantes que las migraciones tradicionales (Light, 2001; Portes, Haller, y Guarnizo, 2002: 285). Los empresarios transnacionales también crean empresas de escala más grande que los inmigrantes no transnacionales. Cuarto, el desarrollo, la promoción y la distribución global de bienes inmuebles en las ciudades importantes ha aumentado mucho los negocios étnicos a nivel local. El capital internacional utiliza a menudo a las redes sociales étnicas cuando busca invertir en bienes inmuebles en el extranjero (Light, 2002; Tseng, 1994).

Las tendencias del transnacionalismo, inmigrantes en el ámbito de la alta tecnología, visas para empresarios y la internacionalización de los bienes inmuebles, son aspectos de la globalización (Wong, 1997). Gracias a la globalización, lo que previamente eran economías étnicas locales, ahora se integran de forma progresiva en cadenas globales de producción y distribución

³² “Un mercado e inmigración global cuyos Estados-nación compiten entre sí para atraer potenciales empresarios inmigrantes surgió en la década de 1980” (Tseng, 1999: 49). Véase la página web en inglés de reclutamiento de Alemania: www.arbeitsamt.de/zab/services/greencard/starte.html

(Portes, Haller, y Guarnizo, 2002; Pecoud, 2000: 442). Antes, la tienda étnica casera de la esquina vendía productos locales a población no coétnica. Ahora, la tienda del inmigrante a menudo vende mercancías que han pasado por una cadena de coétnicos de oferta global antes de llegar a sus estanterías (Chan y Ong, 1995: 527). Muchas de estas mercancías *no están* culturalmente marcadas (Zhou, 1996, 1998; Leung, 2001). Las redes internacionales de chinos y de asiáticos meridionales manufacturan, transportan y distribuyen software y hardware de ordenadores. Estas redes internacionales son predominantemente étnicas en su composición³³. Los empresarios inmigrantes de Silicon Valley obtienen en este sector clave una ventaja como resultado del capital social que les vincula con Asia. Similarmente, los bancos chinos y coreanos introducen capital en el mercado inmobiliario de Estados Unidos en apoyo de los agentes inmobiliarios inmigrantes, cuya ventaja competitiva en los bienes inmuebles locales radica básicamente en su acceso exclusivo a capital de empresas asiáticas y a su capacidad de venta y comercialización en el extranjero. En el pasado, igual que otras empresas de las minorías, los agentes inmobiliarios afronorteamericanos operaban sólo a escala local (Walker, 1998: 196-200). Ahora el escaparate de la oficina de una inmobiliaria inmigrante o étnica local a menudo es una filial de una red global que conecta el escaparate con la diáspora (Li, 1998; Teixeira, 1997; Tseng 1997). Una diáspora étnica es como una empresa pequeña y mediana análoga a una corporación transnacional. Del mismo modo que la corporación, una red étnica de diáspora abre oficinas filiales en muchos países, y puede cambiar la producción o distribución entre la multitud de lugares donde tiene empresas. En los países angloparlantes, que son de un tremendo monolingüismo, las empresas de los inmigrantes bilingües y biculturales mantienen las exportaciones cuya comercialización y venta depende del dominio de lenguas extranjeras y de conocimientos culturales (Gould, 1994; Light, 2001). El crecimiento del comercio internacional también ha creado oportunidades a los inmigrantes biculturales para encontrar empleo en departamentos de comercialización de corporaciones transnacionales.

Las condiciones políticas podrían afectar a las economías étnicas en el futuro próximo. Las empresas propiedad de inmigrantes chinos están sometidas a un ataque de tintes maccartianos en Estados Unidos bajo el supuesto de la seguridad nacional³⁴. En Europa los ataques políticos

³³ “De las 128 personas entrevistadas en las tres encuestas, no había ninguna para la cual su etnicidad fuera completamente irrelevante en sus actividades económicas (Lever-Tracy, Ip y Tracy, 1999: 101).

³⁴ En Estados Unidos aumentan los ataques políticos a las empresas chinas. “Aprovechando las acusaciones de que los chinos han robado secretos nucleares de laboratorios de Estados Unidos, los críticos de China en Washington han urgido a aumentar la vigilancia de las empresas y de la comunidad científica étnicamente chinas y reforzar los controles de las exportaciones de alta tecnología de Estados Unidos. El desencadenante de esta situación fue un informe sobre el espionaje chino a comienzos de año realizado por el republicano Christopher Cox donde se afirmaba que al menos 3.000 empresas de propietarios chinos funcionando en Estados Unidos podrían estar relacionadas con actividades encubiertas” (Irritani, 1999).

a la inmigración podrían conducir a una reacción política contra los inmigrantes. De todos modos, incluso si sucediera esto, como parece probable, el bloqueo a las oportunidades de empleo y de movilidad fomentará el desarrollo de un mayor número de empresas étnicas en la medida en que los trabajadores de origen extranjero, que se quedan sin trabajo asalariado, acuden desesperadamente al autoempleo. De hecho, la concurrencia de reacciones políticas contra la inmigración ya ha fortalecido el negocio del tráfico clandestino de inmigrantes, que depende de que las fronteras se cierren para prosperar. Este tráfico es una empresa étnica *ilegal* que promueve y fomenta la inmigración cuando las leyes restringen el acceso de los extranjeros a destinos atractivos (Kyle y Koslowski, 2001). Los traficantes de inmigrantes ayudan con éxito a sus clientes a violar las leyes de inmigración de los países de acogida permitiéndoles entrar ilegalmente en naciones selectas y una vez allí permanecer en ellas ilegalmente (Barnes, 2000). Los traficantes operan mediante redes étnicas internacionales que conectan a unos traficantes con otros, así como con potenciales clientes en sus lugares de origen o en la diáspora (International Organization for Migration, 2002). Los traficantes de inmigrantes obtienen clientes coétnicos exclusivamente vía referencias de redes, un proceso de reclutamiento que ineludiblemente incorpora etnicidad en el negocio del tráfico de inmigrantes (Chin, 1999: 36)³⁵. Los traficantes cobran un precio a sus clientes a quienes transportan ilegalmente a los países de destino (Witkin, 1997). Dado que su empresa exige el traslado encubierto de sus clientes a lo largo de una serie de paradas temporales hacia su objetivo, los traficantes deben disponer de una red internacional bien coordinada, basada en un sólido capital social. Este requisito fortalece la homogeneidad étnica de las redes de traficantes, haciéndolas más eficaces. Conforme la empresa del tráfico ha madurado con la experiencia, ha aumentado su capacidad, trasladando a más personas que nunca, y refinando constantemente sus métodos en respuesta al cumplimiento más estricto de las leyes. Lo más importante es que la maduración empresarial del tráfico de personas ha permitido bajar los precios, abaratando el acceso irregular a una sociedad de acogida (Orrenius, 1998: 12-14). Incluso el suministro de documentos de inmigración falsificados o robados se ha convertido en una empresa étnica, ayudando a los traficantes y promoviendo la inmigración ilegal. Finalmente, los carteles internacionales de prostitución, turismo sexual, y narcotráfico también operan como empresas étnicas debido a su dependencia básica del capital social étnico para la seguridad (Chin, 1999: 35; Staring, 2000; Friman, 2001).

³⁵ Los traficantes “naturalmente tendían hacia la provincia de Fujian de sus antepasados porque hablan el mismo dialecto y suelen tener parientes. Así era normal que los traficantes taiwaneses se dirigieran a Fuzhou y sus alrededores para establecer contactos y reclutar a clientes” (Zhang y Gaylord, 1996: 5).

Crítica a la investigación de la economía étnica

La investigación de la economía étnica ha despertado un apasionado debate, en parte ideológico y en parte científico, que destaca dentro de las ciencias sociales. Con respecto al ámbito científico, la investigación de la economía étnica utilizó muy pronto y de forma amplia los conceptos de capital social y capital cultural. De hecho, el voluminoso conjunto de investigaciones de las economías étnicas ofrece la pionera y más abundante utilización empírica de estos conceptos frente a cualquier otro área de la sociología económica. La resistencia científica a estos conceptos adoptó varias formas. Los economistas conservadores, reconociendo solamente el capital humano y el capital financiero se negaron a aceptar el mínimo papel económico que pudiera atribuirse al capital social o cultural (Bates, 1997: 21). Esta posición es imposible de sostener actualmente (Pecoud, 2000: 455). En primer lugar, el capital humano no está asociado invariablemente al aumento de la probabilidad de autoempleo (Le, 2000). Segundo, aunque la contribución de la cultura al autoempleo puede minimizarse, no se puede excluir sin más (Silverman, 1999a; Teixeira, 1998; Kraybill y Nolt, 1995). En estos momentos los economistas tratan de introducir el capital social y el capital cultural en sus modelos antes que negar su existencia (Glasser, 2001; Ghatak y Guinane, 1999; Rausch, 2001). De hecho, Watson, Keasey y Becker (2000) vuelven a plantear de un modo persuasivo el caso de las economías étnicas desde una perspectiva de formación para la gestión de empresas.

Los científicos sociales rara vez discuten la existencia del capital social y del capital cultural debido al legado de Max Weber. Su debate ha girado en torno al énfasis correspondiente a cada uno de los capitales sociales y culturales, especialmente el último (Min y Bozorgmehr, 2000; Hiebert, 2000; Rath y Kloosterman, 2000; Vermeulen, 2001). La distinción entre recursos de clase y recursos étnicos (que incluyen al capital social y cultural) continúa centrando este debate que se ha hecho cada vez más sutil. Los investigadores actuales postulan un equilibrio entre los recursos de clase y los étnicos que se inclina en una dirección u otra en respuesta a circunstancias externas (Pessar, 2000: 390; Wright y Ellis, 2000; Kaplan, 1997; Razin y Sheinberg, 2001; Friman, 2001: 330) antes que limitarse a elegir entre uno u otro. En general, los recursos de clase promueven la expansión, la introducción en los mercados de masas, pero los recursos étnicos son esenciales para el comienzo del negocio y para la misma inmigración (Walton-Roberts y Hiebert, 1997; Jones, Barrett, y McEvoy, 2000: 43; Engelen, 2000). En términos de capital social, los vínculos fuertes son esenciales para conseguir dinero prestado, y los vínculos débiles maximizan el acceso a información (Bager y Razaee, 2000: Tabla 4.4; Yoo, 2000; Flap, Kumcu, y Bulder, 2000: 154). Los ejemplos ilustran los dilemas de la investigación. Los vínculos fuertes y los comienzos dependen de los orígenes étnicos, pero el acceso a información y la expansión requieren contar con los recursos de clase. Estos temas sitúan a la

investigación de la economía étnica en conexión con los procesos básicos por los cuales el capitalismo transforma las sociedades, incluyendo cómo, dónde, y por qué ocurre la asimilación de los inmigrantes.

Irónicamente, el propio éxito de la investigación de la economía étnica ha desarrollado una nueva y eficaz crítica científica. Hasta el año 1990 el capitalismo se caracterizaba básicamente por la existencia de actores individualizados que operan a distancia, así las economías étnicas se consideraban supervivencias primitivas donde la cultura, las normas y la confianza todavía importan (Flap, Kumcu y Bulder, 2000). No obstante, actualmente el concepto de capital social se ha exportado a las escuelas de administración de empresas (Woolcock, 2001; Sorenson y Audia, 2000) y sus profesores afirman que todos los empresarios ocupan huecos estructurales en redes sociales (Johannisson, 2000; Burt, 2000), de modo que la anteriormente estricta frontera entre economía étnica y economía general se ha difuminado. Todas las personas utilizan redes sociales en los negocios, no solamente las catalogadas de étnicas. “¿Qué distingue al empresario étnico de otras formas de empresariado?” es una pregunta que frecuentemente surge, en parte, como resultado del éxito de la investigación de la economía étnica (Rath, 2000: 5; Barrett, Jones, y McEvoy, 1996: 804; Pecoud, 2000: 456). De hecho, la escasez de investigaciones comparativas entre grupos inmigrantes y no inmigrantes se ha convertido en un problema metodológico. La investigación que compara a los inmigrantes con las minorías étnicas autóctonas es rara; y la que compara a cualquiera de ellos con no inmigrantes aculturados todavía es más insólita (Tienda y Rajjman, 2001). Los grupos ocupan aparentemente dominios de investigación separados. La sociología económica necesita averiguar si, y de qué forma, las redes sociales de los empresarios inmigrantes o étnicos se diferencian cualitativa y/o cuantitativamente de las de los empresarios no inmigrantes. Kloosterman y Rath (2001: 191) afirman que los inmigrantes “tienden a diferenciarse por el conjunto de recursos -capital humano, financiero, social y cultural- a su disposición cuando se les compara con sus equivalentes nativos”. Además, los empresarios de la sociedad general y los empresarios inmigrantes/de minorías étnicas fuera de las redes sociales coinciden muy poco en sus actividades. Finalmente, los empresarios étnicos y los de la sociedad general poseen normas culturales algo diferentes³⁶. Por ejemplo, los estadounidenses no creen en la mezcla de familia y empresa, pero los indostánicos sí (Vermeulen, 2001: 38). En ese sentido, la economía étnica existe como una esfera separada de la actividad capitalista que requiere un análisis diferenciado. Lo que no está claro es hasta qué punto son diferentes las normas que gobiernan el funcionamiento interno de la economía étnica de las que gobiernan las de la sociedad general.

³⁶ Los amish creen que se debería prestar dinero a un miembro de la familia que está comenzando una empresa o negocio; los estadounidenses piensan que los negocios y la familia deberían mantenerse separados (Kraybill y Knolt, 1995: 56, 155-57).

En el ámbito ideológico, los críticos han acusado a la investigación de la economía étnica de promover una agenda política de criptocapitalismo. Esta objeción tiene cierto mérito en la medida en que la demostración empírica del atractivo, influencia y persistencia del capitalismo entre los inmigrantes y las minorías étnicas se opone a aquellos que esperan su liderazgo en la revolución socialista por venir³⁷. Para ellos esta evidencia es tan molesta como los huesos de dinosaurio para la escuela dominical baptista. Una crítica más razonable e inquietante es que la investigación de la economía étnica ofrece a los artífices conservadores de políticas públicas la opción de promover el autoempleo de las minorías en vez de combatir la situación de desventaja por motivos raciales o étnicos. Barrett, Jones y McEvoy (1996: 803) advierten sobre “la habitual aceptación acrítica del empresariado como un remedio acostumbrado, un tipo de política Prozac para aquellos en desventaja por el racismo”. Aquí el interés de los críticos se dirige al modo en que los ideólogos ciegos podrían manipular resultados científicos para diseñar detestables políticas sociales, pero ¿es la solución suprimir cualquier investigación científica porque alguien pueda abusar de ella? Esta solución sería como suprimir la ciencia para que ningún resultado científico pueda ser manipulado por nadie.

De todos modos, los demás ataques ideológicos son manifiestamente inmerecidos. La investigación de la economía étnica no considera equivalente éxito y empresariado (Webner, 1999)³⁸. Por el contrario, sus descubrimientos, anteriormente revisados, han tendido a desacreditar la simplista ecuación de éxito y autoempleo que demasiados científicos sociales inconscientemente absorben de la cultura estadounidense. La investigación sobre la economía étnica no se opone a la integración social simplemente porque estudia a aquellos que tienen un interés económico en la segregación para su éxito o supervivencia (Silverman, 1999a, 1999b). En cuanto a las críticas sobre la moralidad de las economías étnicas, se salen totalmente del ámbito de la ciencia social. Incluso si las quejas estuvieran justificadas, no pueden explicar por qué existen condiciones indeseables. Ninguna explicación al respecto, nada relacionado con la ciencia social. Además, se podría preguntar por qué el mundo sería mejor si sólo los ciudadanos blancos, nativos, dirigieran empresas, situación que se daría si las economías étnicas no existieran. En cuanto a los que juran ser científicos y critican la investigación de la economía étnica desde el punto de vista posmoderno, se les debería pedir que explicaran, si pueden, ¿por qué la ignorancia nos serviría mejor que el conocimiento en este caso?

(Traducido del inglés por Joaquín Beltrán Antolín)

³⁷ “Mi pensamiento estaba obsoleto. Estaba prisionero de los modelos de la formación de clases de la era industrial, siempre buscando a empresarios, burguesía industrial y clases trabajadoras” (Castells, 1998: 137).

³⁸ “Dejando aparte los debates políticos y morales, están de hecho adoptando un punto de vista moral que es implícito antes que explícito” (Pecoud, 2001: 445).

Bibliografía

- AUSTIN, Regina (1994) "An honest living: Street vendors, Municipal Regulation, and the Black public sphere". *Yale Law Journal* 103: 2119-2131.
- BAGER, Torben y Shahamak REZAEI (2000) "Immigrant Businesses in Denmark: Captured in Marginal Business Fields?" 11th Conference on Small Business Research. Aarhus, Dinamarca, 18-20 de Junio, pp. 4-35.
- BANKSTON, Carl L. y Min ZHOU (1996) "Go Fish: The Louisiana Vietnamese and ethnic entrepreneurship in an extractive industry". *National Journal of Sociology* 10: 37-56.
- BARRETT, Giles A., Trevor P. JONES y David McEVOY (1996) "Ethnic minority business: Theoretical discourse in Britain and North America". *Urban Studies* 33: 783-809.
- BARRETT, Giles A., Trevor P. JONES y David McEVOY (2001) "Socio-economic and policy dimensions of the mixed embeddedness of ethnic minority business in Britain". *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 27: 241-258.
- BARNES, Edward (2000) "Two faced woman" *Time* (31 de Julio): 46-50.
- BATES, Timothy (1997) *Race, Self-Employment and Upward Mobility*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- BELTRÁN, Joaquín (2000) "Empresa familiar: Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino". *Ofrim/ Suplementos* 6: 29-154.
- BHATT, Nitin, Gary PAINTER, y Shui-Yan TANG (1999) "Can microcredit work in the United States?" *Harvard Business Review* 77: 26-27.
- BOISSEVAIN, Jeremy (1997) "Small European entrepreneurs", pp. 301-327, en Mario Rutten y Carol Upadhy, eds., *Small Business Entrepreneurs in Asia and Europe*. New Delhi: Sage Publications.
- BOURGEOIS, Philippe I. (1995) *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*. Cambridge: Harvard University.
- BOYD, Robert L. (1993) "Differences in the earnings of Black workers in the private and public sectors". *The Social Science Journal* 30: 133-142.
- BOYD, Robert L. (2000) "Race, labor market disadvantage, and survivalist entrepreneurship: Black women in the urban North during the Great Depression". *Sociological Forum* 15: 647-670.
- BOYD, Robert L. (2001a) "Black enterprise in the retail trade during the early twentieth century". *Sociological Focus* 34: 241-250.
- BOYD, Robert L. (2001b) "Ethnicity, niches, and retail enterprise in Northern cities, 1900". *Sociological Perspectives* 44: 89-110.
- BURT, Robert S. (2000) "The network structure of social capital". *Research in Organizational Behavior*. Editado por Barry M. Staw y Robert I. Sutton. 22:345-423.
- CASTELLS, Manuel (1998) "The real crisis of Silicon Valley: A retrospective perspective". *Competition and Change* 3: 107-143.
- CASTLES, Stephen (2000) *Ethnicity and Globalization*. London: Sage.
- CHAN, Kwok Bun, and Jin Hui ONG (1995) "The many faces of immigrant entrepreneurship", pp. 523-526 en Robin Cohen, ed., *Cambridge Survey of World Migration*. Cambridge: Cambridge University Press.

- CHIN, Ko-Lin (1999) *Smuggled Chinese*. Philadelphia: Temple University.
- CHIROT, Daniel, y Anthony REID, eds. (1997) *Essential Outsiders*. Seattle: University of Washington. Press.
- COLLINS, Jock, Katherine GIBSON, Caroline ALCORSO, Stephen CASTLES, y David TAIT (1995) *A Shop Full of Dreams: Ethnic Small Business in Australia*. Leichhardt: Pluto Press.
- DALLALFAR, Arlene (1994) "Iranian women as immigrant entrepreneurs". *Gender and Society* 8: 541-561.
- DEVINE, Theresa J. (1994) "Characteristics of self-employed women in the United States". *Monthly Labor Review* 117: 20-34.
- ECHIKSON, William (2000) "Europe's immigrant entrepreneurs are creating thriving businesses and thousands of jobs". *Businessweek Online*. 28 de Febrero.
- ENGELEN, Ewald (2001) "'Breaking in' and 'breaking out': a Weberian approach to entrepreneurial opportunities". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 203-223.
- FAIRLIE, W. Robert (1999) *Drugs and Legitimate Self-Employment*. Department of Economics University of California, Santa Cruz.
- FLAP, Henk, Adem KUMCU, y Bert BULDER (2000) "The social capital of ethnic entrepreneurs and their business success", pp. 142-161, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- FREEMAN, Gary P., y Nedim OEGELMAN (2000) "State regulatory regimes and immigrants' informal economic activity", pp. 107-123, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- FRIMAN, H. Richard (2001) "Informal economies, immigrant entrepreneurship and drug crime in Japan". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 313-333.
- FROSCHAUER, Karl (2001) "East Asian and European entrepreneur immigrants in British Columbia, Canada: post-migration conduct and pre-migration context". *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 27: 225-240.
- GABACCIA, Donna R. (1998) *We Are What We Eat*. Cambridge: Harvard University Press.
- GOETZ, Anne Marie y Rina Sen GUPTA (1996) "Who takes the credit? Gender, power, and control over loan use in rural credit programs in Bangladesh". *World Development* 24: 45-63.
- GHATAK, Maitreesh, y GUINNANE Timothy W. (1999) "The economics of lending with joint liability: theory and practice". *Journal of Development Economics* 60: 195-228.
- GLASSER, Edward L. (2001) "The Formation of Social Capital". *Isuma: Canadian Journal of Policy Research* 2: 34-40.
- GOULD, David M. (1994) "Immigrant links to the home country: Empirical implications for U.S. bilateral trade flows". *The Review of Economics and Statistics* 76: 302-316.
- HERNANDEZ-LEON, Reuben (2000) "Urban origin migration from Mexico to the United States: The case of the Monterrey Metropolitan Area". Tesis doctoral, State University of New York Binghamton.
- HIEBERT, Daniel (2000) "Economic associations of immigrant self-employment in Canada". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 8: 93-112.

- HIEBERT, Daniel (2002) "The spatial limits to entrepreneurship: Immigrant entrepreneurs in Canada". *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 93: 173-190.
- HILLMANN, Felicitas y HEDWIG, Rudolph (1997) "Redistributing the cake? Ethnicisation processes in the Berlin food sector". Discussion Paper FS97-101. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin fuer Sozialforschung.
- HILLMANN, Felicitas (1999) "A look at the hidden side: Turkish women in Berlin's ethnic labour market". *International Journal of Urban and Regional Research* 23: 267-282.
- HILLMANN, Felicitas (2000) "Ethnisierung oder Internationalisierung?" *Prokla* 120, 30: 415-432.
- HUM, Tarry (1997) "The economics of ethnic solidarity: Immigrant ethnic economics and labor market segmentation in Los Angeles". Tesis doctoral, Universidad de California Los Ángeles, Los Ángeles.
- International Organization for Migration (2002) *Irregular Migration and Smuggling of Migrants from Armenia*. Ginebra: International Organization for Migration.
- IRITANI, Evelyn (1999) "In Silicon Valley, China's brightest draw suspicion". *Los Angeles Times* (18 de Octubre).
- JOHANNISSON, Bengt (2000) "Networking and entrepreneurial growth", pp. 368-386, en Donald L. Sexton y Hans Landström, eds., *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell.
- JONES, Trevor, Giles BARRETT, y David McEVOY (2000) "Market potential as a decisive influence on the performance of ethnic minority business", pp. 37-53, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- KAPLAN, David (1997) "The creation of an ethnic economy: Indochinese business expansion in Saint Paul". *Economic Geography* 72: 214-233.
- KEISTER, Lisa A. (2000) *Wealth in America*. Cambridge: Cambridge University.
- KIM, Kwang Chung, ed. (1999) *Koreans in the Hood: Conflict with African Americans*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- KLOOSTERMAN, Robert, Joanne VAN DER LEUN, y Jan RATH (1999) "Mixed embeddedness: (In)formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands". *International Journal of Urban and Regional Research* 23: 252-266.
- KLOOSTERMAN, Robert (2000) "Immigrant entrepreneurship and the institutional context: A theoretical exploration", pp. 90-106, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- KLOOSTERMAN, Robert y Jan RATH (2001) "Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 189-201.
- KRAYBILL, Donald B. y Steven M. NOLT (1995) *Amish Enterprise: From Plows to Profits*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- KYLE, David y Rey KOSLOWSKI, eds. (2001) *Global Human Smuggling*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- LE, Ahn T. (2000) "The determinants of immigrant self-employment in Australia". *International Migration Review* 34: 183-214.
- LEUNG, Maggi W. H. (2002) "Get IT going: new ethnic Chinese business. The case of Taiwanese-owned computer firms in Hamburg". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 277-294.

- LEE, Jennifer (2002) "From civil relations to racial conflict: Merchant-customer interactions in urban America". *American Sociological Review* 67: 77-98.
- LEVER-TRACY, Constance, David IP y Noel TRACY (1999) "Old ties abroad, new friends at home: Networks of Australian Chinese entrepreneurs", pp. 97 - 116, en Yen-Fen Tseng, et al. eds., *Asian Migration: Pacific Rim Dynamics*. Taipei: National Taiwan University.
- LI, Peter S. (1994) "Self-employment and its economic return for visible minorities in Canada", pp. 181-199, en David M. Saunders, ed., *New Approaches to Employee Management*, vol. 2, *Discrimination in Employment*.
- LI, Peter S. (1997) "Asian capital and Canadian business", en W. Isajiw Wsevolod, ed., *Multiculturalism in Nort America and Europe*. Toronto: Canadian Scholar 's Press, pp. 262-379.
- LI, Peter S. (2001) "Immigrants' propensity to self-employment: Evidence from Canada". *International Migration Review* 35: 1106-1128.
- LI, Wei (1998) "Anatomy of a new ethnic settlement: The Chinese *ethnoburb* in Los Angeles". *Urban Studies* 35: 479-501.
- LIGHT, Ivan y Stavros N. KARAGEORGIS (1994) "The ethnic economy", pp. 647-671, en Neil Smelser y Richard Swedberg, eds., *Handbook of Economic Sociology*. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- LIGHT, Ivan y Carolyn ROSENSTEIN (1995) *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. Hawthorne, Nueva York : Aldine de Gruyter.
- LIGHT, Ivan y Elizabeth ROACH (1996) "Self-employment: Mobility ladder or economic lifeboat?", pp. 193-214, en Roger Waldinger y Mehdi Bozorgmehr, *Ethnic Los Angeles*. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- LIGHT, Ivan y Steven Gold (2000) *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
- LIGHT, Ivan (2002) "Immigrant place entrepreneurs in Los Angeles, 1970-1999". *International Journal of Urban and Regional Research* 26: 215-228.
- LOGAN, John R., Richard D. ALBA y Thomas L. McNULTY (1994) "Ethnic economies in metropolitan regions: Miami and beyond". *Social Forces* 72: 691-724.
- LOGAN, John R., Richard D. ALBA, Michael DILL y Min ZHOU (2000) "Ethnic segmentation in the American metropolis: Increasing divergence in economic incorporation, 1980-1990". *International Migration Review* 34: 98-132.
- LOGAN, John R., Richard D. ALBA y Wenquan ZHANG (2002) "Immigrant enclaves and ethnic communities in New York and Los Angeles". *American Sociological Review* 67: 299-322.
- LOUCKY, James, Maria SOLDATENKO, Gregory SCOTT y Edna BONACICH (1994) "Immigrant enterprise and labor in the Los Angeles garment industry", pp. 345-361, en Edna Bonacich, et al., eds., *Global Production*. Philadelphia: Temple University.
- MASSEY, Douglas S. y Emilio PARRADO (1998) "International migration and business formation in Mexico". *Social Science Quarterly* 79: 1-20.
- MAYER, Susan E. y Christopher JENCKS (1988) "Poverty and the distribution of material hardship". *The Journal of Human Resources* 24: 88-113.
- MIN, Pyong Gap (1996) *Caught in the Middle: Korean Merchants in America's Multiethnic Cities*. Los Angeles: University of California.

- MIN, Pyong Gap ed. (2002) *Asian Americans: Contemporary trends and issues*. Thousand Oaks: Pine Science Press.
- MIN, Pyong Gap y Mehdi BOZORGMEHR (2000) "Immigrant entrepreneurship and business patterns: A comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles". *International Migration Review* 34: 707-738.
- MUNG, Emmanuel Ma (1994) "L'entreprenariat ethnique en France". *Sociologie du Travail* 2: 185-209.
- ORRENIUS, Pia (1998) "The role of income shocks and family network in migration and migrant self-selection: The case of the return migrants from Mexico: 1965-1994," Tesis doctoral, Universidad de California, Los Angeles.
- PAINTER, Gary, and Shui-Yan TANG (2001) "The microcredit challenge: A survey of programs in California". *Journal of Developmental Entrepreneurship* 6: 1-16.
- PAIRAULT, Thierry (1995) *L'Integration Silencieuse: La petite Entreprise Chinoise en France*. Paris: L' Harmattan.
- PECOUD, Antoine (2000) "Thinking and rethinking ethnic economies". *Diaspora* 9: 439-461.
- PESSAR, Patricia R. (1995) "The elusive enclave: Ethnicity, class, and nationality among Latino entrepreneurs in Greater Washington DC". *Human Organization* 54: 383-392.
- PORTES, Alejandro y Min ZHOU (1996) "Self-employment and the earnings of immigrants". *American Sociological Review* 61: 219-230.
- PORTES, Alejandro y Min ZHOU (1998) "Entrepreneurship and economic progress in the Nineties: A comparative analysis of immigrants and African Americans", pp. 143-171, en Frank D. Bean y Stephanie Bell-Rose, eds., *Immigration and Opportunity*. New York Russell Sage Foundation.
- PORTES, Alejandro (1998) "Social capital: Its origins and applications in modern society". *Annual Review of Sociology* 24: 1-24.
- PORTES, Alejandro, William J. HALLER y Luis Eduardo GUARNIZO (2002) "Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation". *American Sociological Review* 67: 278-298.
- RAES, Stephan (2000) "Regionalisation in a globalising world: The emergence of clothing sweatshops in the European union", pp. 20-36, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- RAES, Stephan, Jan RATH, Marja DREEF, Adem KUMCU, Flavia REIL y Aslan ZORLU (2002) "Amsterdam: Sticked up", pp. 89-112, en *Unravelling the Rag Trade: Immigrant Entrepreneurs in Seven World Cities*. Oxford: Berg.
- RAIJMAN, Rebecca y Marta TIENDA (1999) "Immigrants' socioeconomic progress post-1965: Forging mobility or survival?" Pp. 239-255, en Charles Hirschman, Philip Kasinitz y Josh DeWind, eds., *The Handbook of International Migration: The American Experience*.
- RAM, Monder, Bob JERRARD, and Joy HUSBAND (2001) "West Midlands: Still managing to survive", pp. 73-88, en Jan Rath, ed., *Unravelling the Rag Trade: Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. Oxford: Berg.
- RAM, Monder, Trevor JONES, Tahir ABBAS y Balihir SANGHERA (2002) "Ethnic minority enterprise in its urban context: South Asian restaurants in Birmingham". *International Journal of Urban and Regional Research* 26: 24-40.
- RATH, Jan (2000) "Introduction: Immigrant businesses and their economic, politico-institutional and social environment", pp. 1-19, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.

- RATH, Jan (2002) "Needle games: Mixed embeddedness of immigrant entrepreneurs", en Jan Rath, ed., *Unraveling the Rag Trade: immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. Oxford: Berg Publishers.
- RATH, Jan (2003) "Do immigrant entrepreneurs play the game of ethnic musical chairs? A critique of Wadlinger's model of immigrant incorporation", pp. 141-160, en Anthony M. Messina, ed., *West Europe Immigration and Immigrant Policy in the New Century*. Westport, CT: Praeger.
- RATH, Jan y Robert KLOOSTERMAN (2000) "A critical review of research on immigrant entrepreneurship". *International Migration Review* 34: 657-682.
- RAUCH, James E. (2001) "Black ties only? Ethnic business networks, intermediaries, and African American retail entrepreneurship", pp. 270-309 en James E. Rauch y Alessandra Casella, eds., *Networks and Markets*. New York: Russell Sage.
- RAZIN, Eran y Dan SCHEINBERG (2001) "Immigrant entrepreneurs from the former USSR in Israel: Not the traditional enclave economy". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 259-276.
- REKERS, Ans y Ronald VAN KEMPEN (2000) "Location matters: Ethnic entrepreneurs and the spatial context", pp. 54-69, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- ROBERT, Peter y Erzsebet BUKODI (2000) "Who are the entrepreneurs and where do they come from? Transition to self-employment before, under, and after communism in Hungary". *International Review of Sociology* 10: 147-171.
- ROGERSON, C. M. (1999) "International migrants in the South African construction industry: The case of Johannesburg". *Africa Insight* 29: 40-51.
- ROMNEY, Lee (1999) "Minority-owned firms tend to hire within own ethnic group". *Los Angeles Times* (18 de Septiembre) section C, p. 1.
- RUDOLPH, Hedwig y Felicitas HILLMAN (1998) "How Turkish is the donar kebab? Turks in Berlin's food sector". *Scottish Geographical Magazine* 114: 138-147.
- SAXENIAN, Anna Lee (2000a) "Silicon Valley's new immigrant entrepreneurs". Ponencia presentada al Center for Comparative Immigration Studies de la Universidad de California, San Diego. 12 de Mayo.
- SAXENIAN, Anna Lee (2000b) "Networks of immigrant entrepreneurs", pp. 248-275, en Chong-Moon Lee, et al. eds., *The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship*. Stanford: Stanford University.
- SCHLOSSER, Eric (2002) *Fast Food Nation*. London: Penguin.
- SHIN, Dong-Ho (2000) "Structures, strengths, and beneficiaries of entrepreneurial networks: Korean-American high technology firms in Silicon Valley". *Journal of Korean Small Business Studies* 22: 289-312.
- SHROVER, Marlou (2001) "Immigrant business and niche formation in historical perspective: the Netherlands in the 19th century". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 27: 295-311.
- SIK, Endre (1998) *Hidden Economy in Hungary, 1998*. Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- SIK, Endre (1999) "Slave market in Moscow Square", pp. 115-129, en Vera Gathy, ed., *Review of Sociology of the Hungarian Sociological Association*. Budapest: Hungarian Sociological Association.

- SILVERMAN, Robert Mark (1999a) "Ethnic solidarity and black business". *American Journal of Economics and Sociology* 58: 829-841.
- SILVERMAN, Robert Mark (1999b) "Black business, group resources, and the economic detour". *Journal of Black Studies* 30: 232-258.
- SONG, Miri (1999) *Helping Out: Children's Labor in Ethnic Businesses*. Philadelphia: Temple University.
- SORENSEN, Olav y Pino G. AUDIA (2000) "The social structure of entrepreneurial activity: Geographic concentration of footwear production in the United States, 1940-1989". *American Journal of Sociology* 106: 424-462.
- SPENER, David y Frank D. BEAN (1999) "Self-employment, concentration and earnings among Mexican immigrants in the United States". *Social Forces* 77: 1021-1048.
- STARING, Richard (2000) "International migration, undocumented immigrants and immigrant entrepreneurship", pp. 182-198, en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- TAIT, Simon (2001) "Opening up time for Chinatown". *Financial Times* Londres (20 de Mayo): p. 3.
- TALWAR, Jennifer Parker (2001) "Contradictory assumptions in the minimum-wage workplace". *Journal of Contemporary Ethnography* 30: 92-127.
- TAYLOR, Philip (1971) *The Distant Magnet*. Londres: Eyre and Spottiswoode.
- TEIXEIRA, Carlos (1997) "The role of ethnic real estate agents in the residential relocation process: A case study of Portuguese homebuyers in suburban Toronto". *Urban Geography* 18: 497-520.
- TEIXEIRA, Carlos (1998) "Cultural resources and ethnic entrepreneurship: A case study of the Portuguese real estate industry in Toronto". *The Canadian Geographer* 42: 267-281.
- TIENDA, Marta y Rebeca RAJMAN (2000) "Immigrants' income packaging and invisible labor force activity". *Social Science Quarterly* 81: 291-310.
- TIENDA, Marta y Rebeca RAJMAN (2001) "Ethnic ties and entrepreneurship: Comment on Black ties only? Ethnic business networks, intermediaries, and African American retail entrepreneurship," pp. 310-327, en James E. Rauch y Alessandra Casella, eds., *Networks and Markets*. Nueva York: Russell Sage.
- TSENG, Yen-Fen (1994) "Chinese ethnic economy: San Gabriel Valley, Los Angeles County". *Journal of Urban Affairs* 16: 169-189.
- TSENG, Yen-Fen (1997) "Immigration industry: Immigration consulting firms in the process of Taiwanese business immigration". *Asian and Pacific Migration Journal* 6: 275-294.
- TSENG, Yen-Fen (1999) "The mobility of people and capital: Divergent patterns of Taiwanese capital-linked migration", pp. 49-68, en Yen-Fen Tseng. Et al., eds., *Asian Migration: Pacific Rim Dynamics*. Taipei: National Taiwan University.
- TSENG, Yen-Fen (2000) "The mobility of entrepreneurs and capital: Taiwanese capital-linked migration". *International Migration* 38: 143-168.
- VERMEULEN, Hans (2001) *Culture and Inequality: Immigrant cultures and social mobility in long-term perspective*. Amsterdam: Institute for Migration and Ethnic Studies.

- WALDINGER, Roger (1996) *Still the Promised City? African Americans and New Immigrants in Postindustrial New York*. Cambridge: Harvard University.
- WALKER, Juliet E. K. (1998) *The History of Black Business in America*. Nueva York: Twayne.
- WALTON-ROBERTS, Margaret y Daniel HIEBERT (1997) "Immigration, entrepreneurship, and the family: Indo-Canadian enterprise in the construction of Greater Vancouver". *Canadian Journal of Regional Science* 20: 119-140.
- WATSON, Robert, Kevin KEASEY y Mae BECKER (2000) "Small firm financial contracting and immigrant entrepreneurship", pp. 70-89 en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*. London: Macmillan.
- WERBNER, Pnina (2001) "Metaphors of spatiality and networks in the plural city: A critique of the ethnic enclave economy debate". *Sociology* 35: 671-691.
- WERBNER, Pnina (1999) "What color success? Distorting values in studies of ethnic entrepreneurship". *The Sociological Review* 47: 548-579.
- WITKIN, Gordon "One Way, \$28,000: Why Smuggling aliens into America is a booming business". *U. S. News and World Report* 14 de Abril: 39-42.
- WONG, Lloyd W. (1997) "Globalization and transnational migration: A study of recent Chinese capitalist migration from the Asian Pacific to Canada". *International Sociology* 12: 329-351.
- WOOLCOCK, Michael (2001) "The place of social capital in understanding social and economic outcomes". *Isuma: Canadian Journal of Policy Research* 2: 11-17.
- WRIGHT, Richard y Mark ELLIS (2000) "The ethnic and gender division of labor compared among immigrants to Los Angeles". *International Journal of Urban and Regional Research* 24: 583-600.
- YEUNG, Henry Wai-Chung (1999) "The internationalization of ethnic Chinese business firms from Southeast Asia: Strategies, processes and competitive advantage". *International Journal of Urban and Regional Research* 23: 103-127.
- YOO, Jin-Kyung (2000) "Utilization of social networks for immigrant entrepreneurship: A case study of Korean immigrants in the Atlanta area". *International Review of Sociology* 10: 347-363.
- YUNUS, Muhammed y Alan JOLIS (1998) *Banker to the Poor*. Londres: Aurum Press.
- ZHANG, Sheldon y Mark S. GAYLORD (1996) "Bound for the Golden Mountain: The social organization of Chinese alien smuggling". *Crime, Law, and Social Change* 25: 1-16.
- ZHOU, Min (2001) "Chinese: Divergent destinies in immigrant New York", pp. 141-171, en Nancy Foner, ed., *New Immigrants in New York*. Nueva York: Columbia University.
- ZHOU, Yu (1996) "Inter-firm linkages, ethnic networks, and territorial agglomeration: Chinese computer firms in Los Angeles". *Papers in Regional Science* 75: 265-291.
- ZHOU, Yu (1998) "Beyond ethnic enclaves: Location strategies of Chinese producer firms in Los Angeles". *Economic Geography* 74: 228-251.
- ZLOLNISKI, Christian (1994) "The informal economy in an advanced industrialized society: Mexican immigrant labor in Silicon Valley". *Yale Law Journal* 103: 2305-2335.

La formación de empresariado inmigrante en el contexto español

Yolanda Herranz

Introducción

En la economía mundial globalizada es preciso concebir la *migración internacional como un proceso interno del sistema global* que está en continua transformación. La globalización del sistema económico mundial está produciendo continuos cambios en la demanda laboral, tanto de los países avanzados como en los subdesarrollados, a la vez que crea las condiciones para que la fuerza de trabajo adquiera más movilidad y agilidad. En esta nueva etapa de la economía los diferentes procesos y estructuras se transforman aceleradamente y de forma interrelacionada. Las sociedades, tanto las expulsoras como las receptoras o las que son ambas cosas a la vez, son complejas y cambiantes y los inmigrantes se están adaptando continuamente a sus transformaciones generando diversas estrategias en el proceso migratorio (salida, entrada, acceso al empleo, trayectoria laboral, etc.) de tal forma que dan lugar a *diversas trayectorias económico-laborales*.

Un análisis de la inserción de los inmigrantes en el mercado laboral de la sociedad de acogida requiere un estudio tanto de los propios inmigrantes como del contexto socioeconómico al que se integran, desde una perspectiva diacrónica, pues ni el mercado laboral en la sociedad de acogida ni los flujos migratorios son estáticos. Por otro lado, es necesario analizar las estrategias, tanto individuales como colectivas, que desarrollan los inmigrantes en un contexto concreto, considerando éste tanto a nivel global como local. Para ello resultan importantes los diversos estudios de caso a nivel micro pero apoyados en un adecuado edificio conceptual y teórico que analice el fenómeno integrándolo en una perspectiva global. En este sentido, considero de suma utilidad la conjunción de varias teorías para el análisis de la incorporación laboral inmigrante.

Una exposición sobre los diversos encuadres teóricos y conceptuales puede encontrarse en el libro de Natalia Ribas Mateos *Una invitación a la sociología de las migraciones* (2004). La autora distingue entre las diferentes escuelas, los modelos y los conceptos necesarios en el estudio de las migraciones. Nos interesa aquí especialmente distinguir los modelos teóricos que aplica esta autora y que nos sirven de forma práctica en un análisis del mercado del trabajo: el modelo de atracción-expulsión, las teorías de la acción individual, las teorías del capital social, las teorías de la movilidad social, la perspectiva histórico-estructural, el modelo centro-periferia, el modelo de las ciudades globales y las teorías de la polarización (Ribas Mateos 2004: 74-179).

En primer lugar, considero los planteamientos de teóricos norteamericanos sobre las migraciones del *enfoque histórico-estructural* (Portes y Börocz, 1989; Portes y Rumbaut, 1990; Sassen-Kob, 1993) por su análisis de las variables contextuales tanto a nivel global como local. Estas teorías ponen énfasis en los factores *macroeconómicos* que hacen que las elecciones individuales de emigrar sean posibles y entienden la corriente migratoria como un *fenómeno social* que se integra en la modificación de la organización de la producción a nivel mundial. Estiman que la migración laboral internacional no está regida únicamente por la ley de la oferta y la demanda, sino que el fenómeno es de naturaleza primordialmente *histórico-social*. Si bien las posibilidades de acción están enraizadas en la misma economía y en la organización del mercado laboral, el proceso migratorio además está estructurado a través de *redes* de amigos, parientes o conocidos, que transmiten información sobre los lugares, las posibilidades de trabajo, y estas *estructuras sociales* sirven para conectar los lugares de origen y destino. Si bien, la literatura sobre el fenómeno migratorio, se ha desarrollado en una *polarización* entre los modelos macroeconómicos, que han puesto el énfasis teórico y metodológico en la estructura económica-política de las migraciones y los modelos microeconómicos, que se han centrado en el comportamiento individual del migrante, este enfoque histórico-estructural tiene en cuenta *las redes sociales* e incluye en el análisis del fenómeno, la *acción colectiva* (Portes, 1981; Portes y Bach, 1985; Pessar, 1984), introduciendo así una unidad de análisis que permite vincular los factores micro y macro. Indudablemente los emigrantes son actores individuales pero estos actúan en interrelación con otros individuos y condicionados por una estructura económica general dinámica y un contexto socio-político.

En este sentido, la forma de asentamiento de los colectivos en la sociedad receptora estará vinculada a las redes de relaciones étnicas, por lo que a la cualificación o capital humano de los inmigrantes hay que añadir un *capital social*. Por ello, en segundo lugar, creo necesario tener en cuenta las teorías del *capital social* que consideran las redes sociales como canal de acceso laboral (Osterman, 1980; Coleman, 1988; Requena, 1990, 1991) para explicar los diferentes asentamientos. Este capital social ha sido tenido en cuenta también por los estudios empíricos sobre migraciones llevados a cabo desde el enfoque histórico-estructural.

Y por último, es necesario hacer un análisis del propio lugar que el mercado de trabajo en la sociedad de acogida asigna a los inmigrantes, produciendo una segmentación del mismo. Por ello, hay que partir de teorías concretas sobre la segmentación del mercado de trabajo que tengan en cuenta los factores institucionales y que expliquen el lugar que el mercado de trabajo asigna a los inmigrantes en un contexto dado (para el caso español, véase Cachón, 1995, 1997, 1999; Carrasco, 1999; Colectivo Ioé, 1998, 1999, 2001).

De este modo, la interpretación de la inserción laboral inmigrante en los procesos migratorios actuales resulta compleja y requiere tener en cuenta diferentes variables, así como su análisis desde distintas perspectivas. Considero que los tres planteamientos teóricos señalados son un buen instrumento para comprender los fenómenos migratorios, especialmente en relación a sus trayectorias económico-laborales. En España, a medida que el fenómeno migratorio ha crecido y se ha diversificado resulta más complicado su análisis pero también permite la observación de un mayor número de variables en su asentamiento, así como la observación del fenómeno como un proceso que se desarrolla en el tiempo y en el que se entretienen las estrategias que van generando los inmigrantes en el contexto cambiante que encuentran. El propósito de este artículo es ofrecer un marco conceptual y diversos planteamientos teóricos que permitan acercarse al análisis y a la interpretación de diferentes casos de inmigración e inserción laboral en España, especialmente intentando ofrecer una explicación de las iniciativas autónomas y empresariales inmigrantes, que están proliferando.

Diversas formas de “incorporación laboral” inmigrante

Una gran mayoría de los estudios sobre migraciones llevados a cabo en las sociedades receptoras suelen interesarse por la relación inmigrante-sociedad de acogida centrándose en los mecanismos utilizados por los migrantes y sus procesos de adaptación e integración al nuevo conjunto cultural. Conceptos como *asimilación*, *adaptación*, *integración*, *fusión (melting pot)*, *pluralismo cultural*, *multiculturalismo*, *exclusión*, *rechazo*, constituyen la red conceptual en la que se mueven estos numerosos estudios. Este enfoque se centra únicamente en el *choque cultural* que supone el hecho migratorio para el inmigrante, considerando su desestructuración psicológica y la necesidad de una nueva reorganización en el nuevo conjunto cultural, pero sin atender a todas aquellas fuerzas socioeconómicas, estructurales y coyunturales que influyen en todo ello. Gran parte de estos estudios no tienen en cuenta los factores internacionales ni las condiciones de la sociedad emisora en el momento de la salida o de la sociedad receptora a su llegada, y se orientan a la consecución de una sociedad (la receptora) no excluyente o multifactorial, donde los nuevos individuos y grupos puedan integrarse sin perder su identidad.

Otro tipo de investigaciones sobre la interacción inmigrante-sociedad de acogida que sí ha tenido en cuenta factores socioeconómicos y políticos, tanto de las sociedades emisoras y receptoras como del conjunto del sistema mundial, más que manejar el concepto de *integración cultural*, utiliza el de *inserción o incorporación laboral*, porque se trata de descubrir cómo los recién llegados se incluyen en la nueva economía en tanto factor esencial y básico, aunque no el único, para su integración social. El mercado laboral se circunscribe como una parcela del sistema social, por lo que hay que considerarlo un elemento más de los que intervienen en un sistema social más amplio, es decir, en la integración social del inmigrante. Sin embargo, si bien el modo en que se inserten los inmigrantes en el mercado laboral de la sociedad de acogida condicionará su integración social, los conceptos de *inserción o incorporación laboral* e *integración social* no son identificables ni han de confundirse.

Muchos de estos estudios sobre inmigración han puesto su mirada en la inserción de los movimientos migratorios en el mercado laboral de las sociedades desarrolladas, analizando el fenómeno desde las teorías marxistas ortodoxas y concentrando sus explicaciones en las fuerzas del mercado laboral de la oferta y de la demanda o en diferencias salariales entre países. En este marco teórico marxista se encuadraron muchos de los trabajos empíricos de los años setenta del siglo pasado que explicaban las migraciones hacia centro-Europa después de la II Guerra Mundial, migraciones que se consideraban temporales, se concentraban en la industria y sirvieron para la expansión económica y el desarrollo industrial de estos países (Castles y Kosack, 1973; Castells, 1975). Este enfoque enfatiza la función que cumple la mano de obra inmigrante como mano de obra barata sin interesarse por modelos de adaptación ocupacional inmigrante exitosos. Sin embargo, las investigaciones resultantes desde este enfoque resultan demasiado economicistas y no atienden a la idiosincrasia cultural de las diferentes comunidades ni al conjunto de relaciones que se desarrollan entre los nuevos actores, que les permiten desarrollar una serie de estrategias en el mercado laboral de la sociedad de acogida.

Un nuevo enfoque neomarxista se aplica en los años ochenta al estudio de la inserción laboral inmigrante mostrando una variedad de formas de asentamiento económico de los colectivos inmigrantes y teniendo en cuenta variables, no sólo económicas, sino culturales e histórico-estructurales. Durante la década de 1980, Alejandro Portes y sus colaboradores desarrollan un cuerpo conceptual nuevo para estudiar las migraciones, basándose en los estudios sobre la segmentación étnica del mercado de trabajo de Michael Piore, Edna Bonacich y otros, así como en estudios empíricos sobre formas de asentamientos de diferentes colectividades en la sociedad estadounidense. El concepto central en esta teoría que proporciona un giro en los estudios sobre las migraciones es el de *incorporación laboral inmigrante*, teniendo en cuenta que no es único y en él intervienen numerosas variables.

Este nuevo enfoque permite centrarnos en el análisis teórico de las estructuras y procesos que, en diferentes momentos históricos y distintas coyunturas, han ido engranando al inmigran-

te en la sociedad receptora. A menudo se llama a este cuerpo teórico *teoría del enclave*, sin embargo, el concepto de enclave étnico o inmigrante es sólo una parte de la teoría y no está totalmente aceptado por los teóricos que comparten esta tendencia. Más bien este enfoque teórico centra sus análisis en la incorporación del inmigrante, no cultural, sino en el mercado laboral, y diferencia varias formas de *incorporación laboral* dependiendo de diferentes variables, no sólo en relación al inmigrante o a su capital humano, sino de otros factores interrelacionados de carácter *contextual e histórico-social*. El análisis de cómo los inmigrantes se insertan en el mercado de trabajo de la nueva sociedad pretende explicar los mecanismos de asignación ocupacional, pero, para ello, además de analizar el mercado y su organización en un determinado momento (contexto), trata a la vez de explicarlos a través de realidades ajenas al propio mercado laboral. Es este enfoque el que considero más interesante, porque, no sólo analiza un mayor número de variables para explicar el asentamiento, sino que, además, diferencia entre distintas formas de inserción o incorporación laboral, poniendo énfasis en esta *variabilidad* de los resultados del proceso migratorio y destacando que las formas de incorporación a la sociedad receptora socialmente establecidas tienen consecuencias diferentes en la conducta económico-social del inmigrante (Portes, 1981, 2000; Portes y Rumbaut, 1990).

El enfoque marxista ortodoxo concluía que la incorporación laboral del inmigrante se lleva a cabo en trabajos subordinados de escasa remuneración en relación a los salarios de la población autóctona, pues consideraba que el papel de la inmigración en el mercado laboral de la sociedad receptora no es aumentar el suministro de mano de obra, sino el de mano de obra barata. ¿Cómo explicar entonces otras formas exitosas de incorporación o adaptación económica y ocupacional de los inmigrantes tales como pueden ser la creación de empresas o el empleo de profesionales en idénticas condiciones y trabajos que la población autóctona? Estas otras formas de incorporación laboral inmigrante quedan fuera de los análisis marxistas tradicionales, pero son consideradas y tenidas en cuenta por el enfoque neomarxista de Alejandro Portes y de otros estructuralistas. Éstos, basándose en el reconocimiento de que las sociedades modernas son muy complejas y cambiantes y que los inmigrantes no sólo difieren culturalmente sino también en sus propios recursos, analizan los distintos modelos de *incorporación laboral* del inmigrante en la nueva sociedad.

Basándose en los análisis de Peter Doeringer y Michael Piore (1971; Piore, 1979a) sobre la *dualización del mercado de trabajo* y en los trabajos de Edna Bonacich sobre la importancia de los procesos económicos en toda clase de antagonismo étnico (1972) y sobre la formación de lo que esta autora denominó *minorías intermediarias* (1973), así como en los primeros trabajos empíricos sobre empresariado inmigrante (Light, 1972; Wilson y Martin, 1982) y sobre la llamada *fuga de cerebros* en EE.UU. (Oteiza, 1971; Slemenson, et al., 1970), Alejandro Portes y su equipo diferencian tres formas distintas de incorporación laboral de los inmigrantes: 1) inserción en el mercado

laboral primario; 2) inserción en el mercado laboral secundario; y 3) lo que denominan *enclaves étnicos* (Wilson y Portes, 1980; Portes, 1981; Portes y Börocz, 1989; Portes y Rumbaut, 1990).

La teoría de la segmentación laboral considera que el mercado laboral no es perfecto sino que adolece de una fragmentación en segmentos que no se comunican entre sí, por lo que aparecen mercados laborales no competitivos o estructurados en los que los salarios no sufren una nivelación competitiva. Según la teoría del *mercado dual del trabajo* (Doeringer y Piore, 1971; Piore, 1975; Piore y Berger, 1980), el mercado de trabajo está dividido en dos sectores, primario y secundario, con estructuras y características diferentes, tanto en relación con la demanda como por elementos relacionados con la oferta. El *mercado de trabajo secundario* incluye empleos mal pagados y con malas condiciones laborales. Este segmento del mercado de trabajo se caracteriza también por la inestabilidad en el empleo y una elevada rotación de la población trabajadora. Los empleados en este sector son poco cualificados y tienen poca posibilidad de mejorar o de una movilidad ocupacional ascendente, debido a que en ellos frecuentemente la relación trabajador-empleador o empresario es muy personalizada, lo que da lugar a favoritismos y a una disciplina laboral caprichosa (Piore, 1975; Edwards, 1975). El *mercado laboral primario* se caracteriza por empleos con buenas condiciones de trabajo, salarios elevados y una relativa estabilidad en el empleo. En este sector existe posibilidad de una movilidad ascendente en el empleo, debido a que los procedimientos establecidos para la misma son determinados por normas legales. Los que están empleados en este sector, estén sindicados o no, disfrutan de relaciones de empleo regidas por un sistema de jurisprudencia laboral más o menos explícita. El mercado de trabajo primario, siguiendo la conceptualización que de él hacen Piore y otros, lo constituye fundamentalmente el empleo en el gobierno, en otras instituciones a gran escala y en el sector oligárquico de la economía (Gordon, 1972; Piore, 1975; Edwards, 1975), mientras que el secundario lo forman empleos en los sectores marginales de la economía con operaciones a pequeña escala y comprenden, a menudo, actividades *sucias* o de carácter *servil* (Piore, 1975; Edwards, 1975; Bonacich, 1976).

En ambos sectores se puede dar la inserción laboral de los inmigrantes. La inmigración en el mercado de trabajo primario es la de profesionales o *fuga de cerebros* que suele ocurrir por canales legales, es contratada atendiendo a su capacidad más que a su etnicidad, tiende a tener condiciones laborales y movilidad ascendente comparables a los de los trabajadores autóctonos, y no coexiste con el desempleo de éstos (Portes, 1981). El mercado de trabajo secundario se caracteriza, como hemos visto, por trabajos que requieren poca o ninguna cualificación y adiestramiento, salarios muy bajos y prácticamente ninguna posibilidad de movilidad ascendente; y, en el caso de los inmigrantes, existe a menudo una clara movilidad descendente debido al hecho migratorio formándose minorías segregadas étnicamente en el mercado laboral (Bach, 1978; Bonacich, 1972, 1976; Edwards, 1975). Los trabajadores inmigrantes en el mercado de trabajo

secundario suelen tener un estatus jurídico temporal o ilegal, sus trabajos son pasajeros y en períodos cortos, y las condiciones laborales de los mismos están por debajo del nivel de aceptación de los trabajadores autóctonos. Son trabajadores muy vulnerables debido a su ilegalidad o a su situación legal inestable y son contratados, más que por su cualificación, por su etnicidad u origen nacional. Esta inmigración abarata la mano de obra y suele contribuir al deterioro de la mano de obra autóctona, siendo frecuente su coexistencia con el desempleo de ésta (Portes, 1981).

La teoría de la segmentación o dualización del mercado de trabajo permite clasificar a los trabajadores inmigrantes en pertenecientes a un sector u otro, atendiendo fundamentalmente a su status de legalidad y a los canales formales o informales de acceder al empleo. En el contexto capitalista contemporáneo donde las políticas de inmigración tienden a dirigir a la mano de obra inmigrante a ciertos sectores económicos que no son cubiertos por la población autóctona, los trabajadores inmigrantes se ven abocados al mercado de trabajo secundario. Esto ha llevado a considerar la migración internacional como la nueva esclavitud de la economía global (Bales, 2000). Sin embargo, sin que esto deje de ser cierto, diferentes trabajos empíricos muestran otras formas de inserción inmigrante de carácter autónomo, y, en muchos casos, exitosas: la formación de empresarios inmigrantes. La formación de negocios inmigrantes crece como estrategia de inserción laboral en la nueva reestructuración económica de las sociedades receptoras caracterizada por una progresiva terciarización y cualificación del trabajo. Para explicar estas formas de incorporación autónomas y empresariales se acuñó el concepto de *enclave étnico o inmigrante* (Wilson y Portes, 1980), concepto que fue cambiando y evolucionando hacia el de *economía o empresariado étnico*, y que sería más adelante utilizado también en los estudios de migraciones en Europa.

Empresariado inmigrante: del concepto de “enclave étnico” al de “economía étnica”

Los denominados *enclaves étnicos* o *enclaves inmigrantes* hacen referencia a grupos de inmigrantes concentrados espacialmente que organizan una variedad de empresas. En ellos, no sólo los propietarios de las empresas son inmigrantes sino que la fuerza laboral en una gran proporción es también inmigrante, siendo la etnicidad común entre empleado-empleador (la coetnicidad) un elemento clave para el progreso económico de estas empresas (Portes, 1981). El origen común lleva a establecer una relación laboral con un significado recíproco donde se desarrolla una *solidaridad étnica* entre empleado y empleador. Los inmigrantes en el mercado laboral enclave obtienen ingresos similares a los profesionales inmigrantes en el mercado laboral primario y la base de su éxito económico está en la *solidaridad étnica*.

La hipótesis del *enclave étnico o inmigrante* fue formulada por primera vez en Estados Unidos en 1980 (Wilson y Portes, 1980) aunque tuvo como precedente en los años setenta el análisis de Edna Bonacich sobre la proliferación de pequeños negocios propiedad de extranjeros en áreas urbanas, a las que denominaba *minorías intermediarias* (Bonacich, 1973), así como la obra de Ivan Light sobre la importancia de la empresa étnica en América (1972). Esta hipótesis resultaba novedosa porque contradecía a la teoría asimilacionista clásica, según la cual la segregación retrasa la realización y el éxito económico de las minorías. La teoría de la economía enclave afirmaba que la participación de los inmigrantes en ella comportaba consecuencias económicas positivas, incluyendo la posibilidad para el autoempleo, y que la economía étnica crea las bases para una adaptación positiva de generaciones inmigrantes posteriores. Una cierta segregación de la sociedad receptora y un alto grado de solidaridad interna, debido generalmente al carácter temporal de las migraciones que favorecen el mantener lazos con los coétnicos más que con la población autóctona, posibilita la formación de estos empresariados étnicos exitosos. La solidaridad dentro del grupo, la cual se acrecienta cuando la sociedad receptora reacciona ante el mismo con hostilidad, permite una fuerza de trabajo intensiva por lealtad, a cambio de entrenamiento y ayuda para la creación del propio negocio. La temporalidad, desde un punto de vista económico, favorece un mayor ahorro y la selección de ciertas ocupaciones que no atan directamente al territorio o que son fácilmente trasladables (pequeños negocios) y, además, tiene un efecto no económico pues conlleva un alto grado de solidaridad interna.

En la década de 1980, numerosos estudios sobre la inmigración hispana y asiática en los Estados Unidos se basaron en la hipótesis del *enclave* y en el concepto de *incorporación laboral* (Bean y Tienda, 1987; Moore y Pachón, 1985; Hout, 1986; Portes y Bach, 1985; Portes y Stepick, 1985; Stepick y Portes, 1986), considerando a los inmigrantes participantes en estos negocios de la economía enclave como una clase media ascendente. Pero la función de estos enclaves empieza a aparecer como ambigua: pueden servir como mercados, como fuentes de mano de obra de bajo salario o, como productores de bienes y servicios para la comunidad inmigrante. Estas tres funciones de la economía enclave tienden a ser controladas por una clase empresarial inmigrante concentrada geográficamente.

Las primeras críticas a la teoría del enclave étnico destacan que la hipótesis sólo es válida para el caso de los empresarios pero no de los empleados. La supuesta *solidaridad étnica* entre empleado-empendedor lleva al inmigrante empleado a depender del jefe y a aceptar condiciones por debajo del nivel de aceptación de la población autóctona. Los sueldos de éstos, menores a lo que corresponde a su capital humano, se explican mejor por la perspectiva asimilacionista o la marxista tradicional (Sanders y Nee, 1987). La supuesta solidaridad no es más que explotación de los empresarios a sus compatriotas. Alejandro Portes y Leif Jensen contestaron a estas críticas diciendo que aporta una ventaja económica sólida para el autoempleado, frente al empleado,

argumento que había sido ya puesto de manifiesto en la literatura sobre el enclave étnico; pero los trabajadores y empresarios no están nunca *separados*, puesto que el éxito económico de ambos está en la interrelación étnica; sin embargo, que no estén separados no significa *igualdad*, puesto que los recién llegados están mucho peor situados en términos de estatus ocupacional y de ingresos (Portes y Jensen, 1987).

Otras discusiones sobre la hipótesis del enclave cuestionaron si para que surgiera un empresariado étnico era necesaria la concentración espacial de inmigrantes, y si ésta era una concentración residencial o puramente laboral. El caso del empresariado cubano en Miami, explicado por esta hipótesis, parecía mostrar que la población inmigrante que había despegado de forma exitosa se dispersaba de la concentración cubana residencial (Portes y Bach, 1985; Portes, 1987). Los defensores de la hipótesis del enclave distinguían entre *barrios inmigrantes*, como concentraciones étnicas residenciales donde surgen pequeños negocios para el consumo del grupo, y *enclaves étnicos o inmigrantes*, como concentración económica-laboral -de empresas-, donde hay una división del trabajo que genera una clase empresarial diferenciada (Portes y Bach, 1985). La participación en el enclave se define por el lugar de trabajo: los empresarios del enclave son propietarios de empresas en un área donde se concentran empresas similares y, por esto, la etnicidad entre empleados y empleadores se da en el lugar de trabajo y no en el de residencia (Wilson y Martin, 1982; Portes y Manning, 1986). En el enclave étnico puede darse el caso de que proveedores y consumidores sean del mismo grupo inmigrante, estando entonces integrados vertical y horizontalmente, pero puede no darse esta característica. Lo importante en el enclave étnico es que existe una concentración geográfica de los negocios inmigrantes, lo que ofrece oportunidades significativas para el progreso económico de los mismos, como espacio donde se da no sólo la explotación sino el aprendizaje (Portes, 1981; Wilson y Portes, 1980).

La proliferación de estudios de caso aporta cada vez una mayor evidencia del aumento de la empresa inmigrante en ambos lados del Atlántico, constatándose así que el autoempleo de los inmigrantes no es sólo un fenómeno histórico, ni sólo una cuestión estadounidense. Las hipótesis sobre estos casos son contradictorias y tienen un carácter demasiado exploratorio. Mientras para algunos, los pequeños negocios juegan un importante papel en la promoción de una movilidad ascendente, para otros, contrariamente, la empresa inmigrante está confinada a posiciones periféricas y ofrece pocas ganancias y poco potencial para el crecimiento. La discusión generada a finales de los años ochenta sobre la hipótesis del enclave muestra que el concepto de *enclave étnico*, aunque se había extendido para dar nombre a las teorías explicativas de diferentes formas de incorporación laboral, no sólo del empresariado étnico, resulta algo restringida tal como la entienden sus propios creadores. Aunque, según los análisis comparativos de estos empresariados, parece que en el principio de su formación existe una concentración espacial del mismo (Waldinger, McEvoy y Aldrich, 1990), pueden darse otras formas en las que la concentración es

meramente sectorial. Ejemplos de esta concentración sectorial de inmigrantes en España se han mostrado en diversas investigaciones (Martínez Veiga, 1997; Solé y Parella, 2005) y fueron objeto de estudio en mi tesis doctoral, como es el caso de la creación de empresas de mayoristas e importación a partir de la venta ambulante en el colectivo argentino y el caso de profesionales latinoamericanos en el sector privado de la Odontología (Herranz, 1996a, 2000).

El concepto de enclave étnico resulta algo restringido, pues puede llevar a la identificación con concentración espacial, bien sea de las empresas, bien del grupo inmigrante, cuando también es posible el caso de un empresariado en un determinado sector de la economía sin que necesariamente haya concentración en un lugar concreto, ni de los negocios ni de la residencia de la colectividad. Por ello, se empiezan a utilizar otros conceptos como los de *negocios, empresariado o autoempleo étnico o inmigrante* (Waldinger et al., 1990), o el de *economía étnica* (Bonacich y Modell, 1980) para analizar estas formas de incorporación laboral inmigrante. La noción de *economía étnica* o de *negocios étnicos* se refiere, como el concepto de *enclave étnico*, a la inserción de los trabajadores inmigrantes en el mercado de trabajo a través del autoempleo, del trabajo autónomo. Pero mientras el concepto de enclave hace referencia a un conjunto de pequeñas empresas o negocios de inmigrantes integradas entre sí desde el punto de vista funcional y geográfico, la *economía étnica* es un concepto que designa a un conjunto de negocios cuyos dueños son inmigrantes -y a veces sus empleados- sin que esto implique estar en el mismo lugar, ni que los compradores de los productos sean miembros del mismo grupo, ni que exista una especie de ambiente cultural común dentro de las empresas.

Según la hipótesis de Roger Waldinger, Howard Aldrich y Robin Ward (1990), que utiliza este nuevo concepto de economía étnica y que considero sumamente válida para la explicación de la emergencia de empresariados inmigrantes, las estrategias étnicas que dan lugar a la formación de este modo de incorporación laboral autónomo surgen de la interacción de las *estructuras de oportunidad* que se encuentran presentes en un contexto determinado y las *características de los propios grupos étnicos*, más que de su concentración geográfica y su función de proveedor para el colectivo. Lo que estos autores denominan *estructura de oportunidad* es un contexto propicio, el cual incluye, unas *condiciones de mercado* favorables en las que exista una demanda de los productos o servicios que potencialmente pueden ofrecer los inmigrantes y condiciones igualmente favorables en cuanto a posibilitar *posiciones de propiedad* a los potenciales empresarios inmigrantes (número de vacantes, políticas gubernamentales, requerimientos legales, etc). En las *características del grupo* incluyen tanto *factores de predisposición* (cualificación, experiencia en los negocios, conocimiento del idioma y nivel de aspiración de los inmigrantes, pues la migración es un fenómeno selectivo que determina que, desde un punto de vista psicológico, los inmigrantes sean más propensos o estén más preparados para el riesgo) como la *movilización de recursos étnicos* que se realiza a través de lazos fuertes entre coétnicos y redes sociales étnicas.

Por otra parte, unido a esto y también como un elemento de predisposición al autoempleo, los obstáculos que estos trabajadores encuentran en la sociedad de acogida para el acceso a otro tipo de empleos les dirige a la búsqueda de ingresos por cuenta propia.

Las estrategias emergen de la adaptación que los empresarios inmigrantes hacen al contexto que encuentran, mediante la movilización de recursos disponibles, basándose en las características de sus grupos (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990; Boissevain et al., 1990). Los empresarios, además de utilizar *recursos económicos*, utilizan *recursos étnicos*, basándose en las características de su grupo, para la formulación de estrategias empresariales. Estos *recursos étnicos* son definidos por Ivan Light y Edna Bonacich (1988: 178) como “elementos socioculturales que ayudan o benefician al éxito de los negocios” y se basan en las *redes sociales étnicas* que posibilitan una rápida transmisión de información y el acceso a una fuente de mano de obra ilegal y barata con coétnicos (Aldrich y Zimmer, 1986; Boissevain et al., 1990).

Otra característica fundamental que se observa en los negocios étnicos es que el propio grupo étnico o inmigrante ofrece una vía de ascenso a los nuevos inmigrantes pues las habilidades y la formación necesarios para los negocios generalmente se adquieren trabajando con otro coétnico empresario (Portes y Bach, 1985; Portes, 1987; Light, 1972; 1984; Bonacich y Modell, 1980; Boissevain y Grotenberg, 1986; Boissevain et al., 1990). Igualmente, varios estudios han mostrado que el origen de muchos de estos empresariados étnicos o inmigrantes se encuentra en la concentración de inmigrantes en viejos barrios, donde encuentran una favorable estructura de oportunidad, aunque posteriormente se dispersen (Ward, 1984; Waldinger, McEvoy y Aldrich, 1990). Un ejemplo de esto lo podemos observar en Madrid, en el barrio de Lavapiés y Tirso de Molina. La mayoría de estos empresariados inmigrantes realizan operaciones a pequeña escala y, en muchos casos, en cuanto que son negocios del mismo tipo o en el mismo sector, se produce una competencia interna ante la que surgen diferentes estrategias que los dinamizan (Boissevain et al., 1990).

Variables que posibilitan los distintos tipos de incorporación laboral inmigrante y el éxito económico del empresariado étnico

Diferentes estudios empíricos sobre comunidades inmigrantes muestran que no existe una correspondencia biunívoca entre la cualificación del inmigrante y su forma de incorporación laboral en la sociedad receptora. Se tiende a pensar que el personal cualificado se podrá incorporar en el mercado laboral primario o en el empresariado inmigrante y el no cualificado en el mercado laboral secundario. Sin embargo, esto no sucede realmente así, sino que a veces se dan fenómenos contrarios: personas inmigrantes cualificadas que no se insertan en el mercado laboral primario en un determinado momento, sino en el secundario porque a él les dirige la seg-

mentación del mercado laboral; o, como he señalado, algunos individuos sin formación ni cualificación específica que tienen éxito económico en la sociedad receptora en un momento dado mediante iniciativas autónomas porque encuentran un contexto favorable.

La consideración de que el *capital humano* del inmigrante, es un elemento decisivo para que siga una determinada trayectoria en la sociedad receptora no es más que una aplicación de la teoría del capital humano de Gary Becker (1975) al concepto de incorporación laboral inmigrante. El capital humano –conocimientos, cualificación, etc.– se vería disminuido por el hecho migratorio, pues las dificultades del lenguaje, las diferencias culturales y la inexperiencia en la nueva sociedad en la búsqueda de empleo dificultan su inserción, pero con el tiempo, la adaptación y la familiaridad del inmigrante en la sociedad receptora le permiten reconstruir su capital humano. Según este enfoque, el proceso unilateral de adaptación del migrante a la nueva sociedad variará de acuerdo a factores como el idioma, la religión, la raza, etc., pero el éxito en la trayectoria de la movilidad económica dependerá en última instancia del inmigrante y de la variable *tiempo*. Sin embargo, a este tipo de explicación cabría plantearle algunas dificultades: ¿por qué la variable tiempo que influye en el éxito socioeconómico, lo hace en unos grupos más que en otros? Por ejemplo, los argentinos se enriquecieron rápidamente con la venta ambulante en España, no siendo así el caso de los senegaleses posteriormente también dedicados en España a esa actividad; o ¿por qué se dan diferentes trayectorias sociolaborales en individuos con formación o cualificación similar?, como por ejemplo, en España los odontólogos latinoamericanos llegados a finales de los años setenta y durante la década de 1980 y los mismos profesionales latinoamericanos llegados durante la de 1990; y por último, ¿por qué inmigrantes sin formación específica inician empresas con relativo éxito económico?, como fue el caso de algunos argentinos en Madrid en el comercio, la hostelería, el turismo o los servicios a empresas y culturales.

Apoyándose en diferentes estudios empíricos, Alejandro Portes y colaboradores afirman que la incorporación en la nueva sociedad depende sólo *parcialmente* del *capital humano* de los inmigrantes, de las motivaciones y habilidades que traen con ellos. El éxito en la incorporación económica-laboral en la nueva sociedad se debe mayoritariamente a un *cúmulo de circunstancias afortunadas*, más que a la voluntad o al capital humano de los inmigrantes (Portes, y Rumbaut, 1990). Cómo usen sus recursos personales los inmigrantes con frecuencia depende de otros factores complejos e involuntarios con los que se enfrentan y que los encauzan en diversas direcciones. Estos factores no controlables por los individuos son *contextuales* y entre ellos se encuentran, para estos autores, las condiciones de salida o condiciones político-económicas del país de origen, la política internacional, los contextos de recepción en la sociedad de acogida, así como la historia de los primeros llegados y tipos de comunidades que han creado (Portes, y Börocz, 1989; Portes y Rumbaut, 1990). De esta forma, el *contexto*, puede alterar la relación entre la cualificación y la esperada incorporación más o menos exitosa.

Aunque la forma de incorporación laboral no está determinada por las características del grupo inmigrante, éstas han de tenerse en cuenta al explicar su inserción en el mercado laboral y en el desarrollo de determinada actividad económica en la sociedad de acogida, en cuanto que estas características generan una serie de estrategias en los colectivos en su adaptación a los contextos con los que se encuentran. Ahora bien, las características de los diferentes grupos étnicos no se reducen tan sólo al *capital humano* de los inmigrantes, ni a su origen social, y las condiciones socioeconómicas en las que salen de sus países. Creo necesario considerar, además de estos rasgos de la comunidad inmigrante, el *sesgo genérico* de la misma y su *capital social*, variables que se incluyen en esta exposición, al hablar de las características del grupo.

Las características de los distintos colectivos étnicos generan determinadas estrategias en contextos concretos. Esto nos lleva a la consideración de que, para explicar los modos de asentamiento o formas de incorporación laboral de las distintas comunidades, ha de ser analizada la *interacción* entre las características del lugar de acogida (contexto) y la movilización de recursos dentro del grupo inmigrante por el fortalecimiento de la red de relaciones sociales en las circunstancias especiales de la migración. Las *estrategias étnicas* surgen en los colectivos como formas de adaptar sus recursos disponibles al *contexto de recepción* que encuentran.

Los contextos de recepción

Para la escuela de Alejandro Portes y colaboradores, los diferentes elementos contextuales que condicionan la forma de incorporación laboral en la nueva sociedad pueden dar lugar a una alta receptividad o *favorable*, *neutra* u *hostil* influyendo ésta en la tipología de los modos de acceso a la actividad económica de los inmigrantes (Portes y Börcz, 1989). Hemos visto que en la formación del empresariado étnico, el contexto en la sociedad receptora es fundamental, en cuanto que debe existir cierta *estructura de oportunidad* para los mismos. Varios factores que se afectan mutuamente determinan el contexto de recepción, según Portes y Rumbaut (1990):

1.- *Las políticas de los gobiernos receptores*. Constituyen el marco legal en el que tiene lugar la inmigración y representan la primera etapa del proceso de incorporación laboral o asentamiento. Estas políticas pueden dar lugar a un contexto de *exclusión*, si impiden la inmigración y obligan a una inmigración clandestina; a una *aceptación pasiva*, si conceden el acceso sin facilitar ni impedir el proceso; o a un contexto positivo, si *alientan el proceso* con medidas activas, como pueden ser las políticas de aprovisionamiento. En algunos casos, como son las políticas de cuotas que dejan entrar a contingentes determinados de trabajadores en ciertos sectores laborales, la legislación sobre inmigración se convierte en el elemento institucional que intervie-

ne directamente en el mercado laboral segregando a los trabajadores inmigrantes. En este caso se está excluyendo a los inmigrantes de ciertos empleos si bien, por otra parte, se está alimentando el proceso dirigiendo a los trabajadores extranjeros a ocupaciones muy concretas. En cualquier caso, las normas institucionales no sólo son factores cruciales para explicar las orientaciones colectivas o las migraciones, sino también para entender las circunstancias y las condiciones de los inmigrantes en el país de acogida (Heisler, 1992).

Los elementos institucionales que intervienen en el mercado laboral segregando a los trabajadores inmigrantes no sólo son las leyes sobre inmigración, sino que pueden existir otras barreras institucionales relativas a un determinado sector económico que se sumen a aquellas. Así, por ejemplo, al contrario de lo que se piensa a menudo, la inmigración profesional no tiene más facilidades que la mano de obra no cualificada en su incorporación laboral, sino más bien lo contrario pues se enfrenta a un mayor número de barreras institucionales, a veces muy complicadas y sutiles. Por ejemplo, sus títulos académico-profesionales han de ser homologados por lo que interviene el ministerio de Educación en la convalidación interpretando los acuerdos internacionales al respecto y demorando la obtención de la credencial fundamental para que estos inmigrantes puedan trabajar legalmente en el país. Por otro lado, los Colegios Profesionales tienden a proteger el área ocupacional por ellos controlada creando también barreras que intentan cerrar el acceso de los profesionales extranjeros en el mercado laboral del sector. El estudio del caso de la incorporación laboral de los odontólogos latinoamericanos en España muestra que éstos han encontrado un mayor número de barreras institucionales en el ejercicio de su profesión que la mano de obra no cualificada. Sin embargo, este estudio, también revela que cuando el mercado laboral está abierto y el sector económico es próspero y expansivo, las barreras institucionales no son eficaces para detener el flujo y su entrada en el sector, aunque sí para dirigirlo al empleo informal dentro del mismo (Herranz, 2000). Por ello, es necesario tener en cuenta otra variable: el mercado de trabajo.

2.- *Condiciones del mercado laboral.* La demanda laboral en sectores específicos, los puestos vacantes en la estructura del mercado laboral autónomo, la demanda de unos productos y servicios determinados, las posibilidades de acceso a la propiedad o las medidas gubernamentales en el ámbito laboral, e incluso la visión que los empleadores tengan de un determinado grupo inmigrante, pueden generar contextos favorables, negativos o neutros para la incorporación de los trabajadores extranjeros a una determinada actividad económica y para su movilidad ascendente.

En momentos de cambio socioeconómico en la sociedad receptora, la transformación de la estructura ocupacional puede generar diferentes contextos de recepción. De este modo, el momento de la llegada de los inmigrantes en este proceso de transformación es importante en su incorporación laboral. En una sociedad que está experimentando rápidos y profundos cam-

bios, llegar en el inicio de las *transformaciones* hace posible el integrarse en ellas a la vez que lo hace la población autóctona o, incluso, con ventaja en relación a ella, mientras que llegar cuando los cambios ya están consolidados lleva a que únicamente sea posible aceptar las ofertas de trabajo que la población autóctona rechaza.

En el caso de España, el aumento de la inmigración internacional en las décadas de 1980 y 1990 coincide con la reestructuración del sistema económico y los cambios en el sistema productivo que se da como consecuencia de su expansión económica y de la internacionalización de su economía. Esta reestructuración económica conduce a transformaciones en la estructura ocupacional, especialmente de las grandes ciudades como Madrid. La nueva demanda laboral en una ciudad como Madrid tiene dos consecuencias: a) se produce la expansión de los trabajos profesionales y técnicos de altos ingresos que, si bien son cubiertos por población nativa progresivamente mejor formada, a ellos también se pueden incorporar inmigrantes profesionales, como, por ejemplo, muchos latinoamericanos con formaciones específicas, llegados a finales de los años setenta y en los años ochenta; b) paralelamente se origina una inmensa expansión de trabajos de bajo salario, tanto para el mantenimiento del sector de servicios avanzados y especializados -limpieza de oficinas, mensajería, mantenimiento, etc.- como para atender los nuevos estilos de vida de la creciente mano de obra profesional -servicio doméstico, hostelería, comercio especializado, turismo-. A estos empleos de bajo salario se dirigen los nuevos flujos migratorios. Los servicios de las grandes ciudades demandan una mano de obra femenina por lo que las mujeres inmigrantes se insertan ocupacionalmente en ellos más fácilmente que los hombres. De este modo, la internacionalización de la producción se interrelaciona con las migraciones laborales internacionales, no sólo determinando los flujos en cuanto a orientación y dimensión, sino también sus cambios fundamentales en relación a la demanda laboral de los centros urbanos de los países receptores: la *feminización* de los mismos.

La inmigración es proveedora de mano de obra en estos trabajos de servicios de bajo salario a medida que la población española, mejor formada que en otras generaciones, y por ello con nuevas expectativas y aspiraciones, los rechaza. Una mayor formación y un mayor nivel de vida de la población autóctona en general hace que ésta rechace ciertos trabajos mal pagados y de baja consideración social, que por otra parte, aumentan notablemente por un incremento del consumo de bienes y servicios que el superior nivel de renta de la población ha propiciado. Así, el mercado laboral, por ejemplo de una ciudad como Madrid, no excluye totalmente a la mano de obra inmigrante sino que la conduce a puestos de trabajo de baja cualificación, que la población autóctona rechaza. Las posibilidades de que la población inmigrante se incorpore en trabajos del sector primario o secundario dependen así del momento de la llegada a una sociedad en transformación.

Las iniciativas privadas y empresariales en esta sociedad sometida a cambios se generan en un contexto favorable en los momentos de un gran aumento de la demanda de bienes y servicios.

Los colectivos inmigrantes, como agentes de otro lugar de origen, pueden ser mejores perceptores de las transformaciones que se producen en la sociedad de acogida e intervenir en ellas con ventaja sobre los autóctonos en cuanto que captan la estructura de oportunidad y aprovechan y movilizan sus recursos étnicos para llevar adelante sus propias iniciativas.

3.- *Características de las comunidades étnicas preexistentes.* La receptividad de los inmigrantes es diferente dependiendo de si existe ya una comunidad asentada previamente o no. Generalmente la comunidad étnica ya presente amortigua el impacto de la migración y del cambio cultural mediante el desarrollo de *redes étnicas* que proporcionan información sobre empleo, vivienda, fuentes de trabajo en las comunidades, fuentes de apoyo, protección contra los prejuicios externos y dificultades económicas, etc. Sin embargo, la forma de incorporación laboral dependerá de si la comunidad inmigrante previamente establecida es de clase trabajadora o una comunidad empresarial o profesional. En el primer caso, los inmigrantes tienden a conformarse con el mismo empleo habitual entre los miembros de su comunidad, perpetuándose los bajos salarios de la misma. En el caso de las comunidades empresariales o profesionales, se generan en los inmigrantes que llegan aspiraciones de crear negocios y una rápida movilización de recursos para promocionar económicamente, siendo el mejor camino el *enclave étnico*. Incluso, con cualificación similar entre los inmigrantes se pueden dar tipos de incorporación laboral diferente dependiendo de la forma de asentamiento de la comunidad de origen. Por ejemplo, el anterior establecimiento por cuenta propia de colegas y compatriotas ayudó mucho a los odontólogos argentinos en España a obtener su propio empleo y a estudiar el mercado para abrir su propia clínica, además de generar en ellos la aspiración a la incorporación laboral empresarial al igual que sus compatriotas. De tal forma que, a pesar de que la estructura de oportunidad para la apertura de clínicas privadas de odontología termina en los años noventa, la tendencia al autoempleo se ha mantenido en el colectivo argentino, uno de los que más se expandió en el sector durante los ochenta. Sin embargo, otros odontólogos latinoamericanos como los dominicanos que se introducen en el sector en la década de 1990, no lo hacen por cuenta propia sino por cuenta ajena (Herranz, 2000).

4.- *La opinión pública sobre la inmigración o sobre los grupos o minorías concretas que tiene la sociedad receptora.* Esta variable es consecuencia directa de las otras tres variables contextuales, especialmente de las dos primeras. La *opinión pública* sobre la inmigración que se genera en una determinada sociedad en un momento dado depende de la política sobre la migración de su gobierno y de las condiciones del mercado laboral de la misma. Ante una política restrictiva o un mercado laboral cerrado en el que aumenta el paro, la visión sobre la inmigración tiende a ser negativa, mientras suele ser neutral o positiva cuando la política de inmigración es permisiva o alentadora, o cuando el mercado laboral es más o menos abierto y se percibe la necesidad de mano de obra foránea. Pero, a veces, intervienen otros elementos socioculturales e ideológico-

políticos en la percepción que genera una sociedad sobre la inmigración. Así, por ejemplo, en el caso de la sociedad española de la transición política, la recepción de la inmigración latinoamericana entonces no tuvo nada que ver con la que se ha dado después al mismo movimiento migratorio en los años noventa. La visión de la inmigración latinoamericana como exiliada de dictaduras similares a la que España acababa de padecer, llevaba a una percepción solidaria y positiva de la misma a finales de la década de 1970 y principios de los años ochenta, mientras que en los noventa, nuevas relaciones internacionales y nuevas formas de vida y de trabajo conducen a la aparición de una ideología hostil y negativa con relación a esta inmigración (Herranz, 1998a). Los elementos socioculturales e ideológicos que intervienen en la opinión que una sociedad tiene sobre la inmigración influyen en las posibles relaciones entre población inmigrante y autóctona y, de forma indirecta, en sus posibilidades de inserción laboral, como veremos al hablar de redes y estrategias étnicas.

Todas estas variables contextuales se pueden entrelazar generando una *estructura de oportunidad* para iniciativas empresariales exitosas. Este es el caso, por ejemplo, del contexto de recepción favorable que encontraron los grupos latinoamericanos que llegaron a España a finales de los años setenta y principios de los ochenta. Un conjunto de factores socioeconómicos, políticos e históricos únicos se entretrejieron en este contexto, dando lugar a la emergencia de un pequeño empresariado latinoamericano que se vio favorecido por las transformaciones de la sociedad española, propiciándose su éxito durante las décadas de 1980, 1990. En los dos casos que he estudiado como representativos de este empresariado, la generación de empresas a partir de la venta ambulante y la apertura de clínicas de odontología, el autoempleo surge primero en el sector informal en un momento en el que la *legislación era permisiva* –tanto en relación a la inmigración como a los propios sectores– y existía un *vacío en el mercado* en las posiciones laborales que ocupan estos inmigrantes. El éxito de estos negocios se basa en un *incremento de la demanda de ciertos bienes y servicios* en la sociedad española, unido a *la transformación de la regulación interna de ambos sectores*, que está repercutiendo en una reestructuración del mercado laboral. En este contexto favorable, los latinoamericanos desarrollaron estrategias colectivas que les permitieron tomar posiciones y ser competitivos en ambos sectores.

Los cambios en la sociedad española, debidos a su crecimiento económico, sus transformaciones políticas y desarrollo social, propiciaron en la década de 1980 un aumento rápido del gasto acompañado de la aparición de nuevas pautas de consumo de ciertos bienes y servicios. Por ejemplo, la bisutería, la artesanía, el textil y complementos, que impulsaron el desarrollo y éxito, tanto de la venta ambulante como de las empresas que surgieron de esta actividad (comercios al por menor y al por mayor, de distribución, importación); o la demanda de bienes y servicios en salud bucodental, tanto con fines terapéuticos como estéticos, que impulsaron también los altos ingresos de profesionales odontólogos. Por otra parte, las propias transfor-

maciones en el ámbito legislativo de estos sectores y los consiguientes cambios que éstos producirían en el mercado laboral de los mismos, se dan durante la década de 1980, pudiendo nuevos actores económicos ajustarse a estos cambios e incluso aprovecharse de circunstancias anteriores a los mismos. Así, en el caso de la venta ambulante, la ausencia de una legislación sobre la venta de artículos pequeños y ornamentales hasta 1980 en Madrid, y la permisividad de esta actividad por motivos coyunturales, llevó a un enriquecimiento rápido a los inmigrantes latinoamericanos que se dedicaron a ella como forma de subsistencia. Del mismo modo, la entrada en el mercado de los profesionales odontólogos antes de la aparición de la nueva titulación y de la salida al mercado de los nuevos licenciados, en un momento de atraso en la profesión en relación al desarrollo de la misma en sus países, posibilita su exitosa incorporación en el ejercicio privado.

Aunque estas variables contextuales que determinan la receptividad de un grupo inmigrante se refieren a la sociedad de acogida, con frecuencia están relacionadas y son dependientes de otros procesos internacionales, no sólo político-económicos sino también socioculturales, que intervienen en la creación de las condiciones para un nivel determinado de receptividad. Así, por ejemplo, el contexto favorable que encontraron los colectivos latinoamericanos en los años ochenta, en una España en expansión económica y transformación política, se enmarca en la internacionalización de su economía y en el papel que adquiere la ciudad de Madrid en la integración a una economía crecientemente globalizada. La intervención estatal en materia de inmigración de la segunda mitad de la década de 1980 y en los años noventa deriva, también, de la integración económica y política de España en un marco de referencia mundial. La transformación del propio sector odontológico se integra también en la necesaria equiparación de los profesionales españoles con los europeos consecuencia de la entrada de España en la Comunidad Europea. Acontecimientos y procesos internacionales cambiantes intervienen en la transformación de las distintas variables que determinan el contexto de acogida e, indirectamente, en el nivel de receptividad de los flujos inmigrantes.

Características del grupo inmigrante

A pesar de la importancia que el enfoque teórico en el que nos apoyamos concede a los contextos de acogida que la migración encuentre, hay que tener en cuenta, como afirman Portes y sus colaboradores (Portes y Börocz, 1989; Portes y Rumbaut, 1990), que los modos de acceso laboral en la nueva sociedad son el resultado de una combinación de las oportunidades generadas en los contextos de recepción con las propias características del flujo migratorio o de los inmigrantes como su origen social, sus recursos, su capital humano, etc., combinación que da lugar a diferentes resultados y trayectorias, así como las condiciones de salida del grupo (Portes y Börocz, 1989).

En cuanto al *capital humano* del inmigrante, es claro que en un determinado contexto favorable o neutro, constituye un condicionante fundamental para la incorporación laboral. Sin embargo, en contextos negativos de recepción, el capital humano del inmigrante suele ser indiferente o un condicionante muy pobre. Así por ejemplo, la inmigración procedente de América Latina en España que sigue presentando un nivel de cualificación alto, desde mediados de los años noventa se incorpora en trabajos de bajo salario, mientras durante la década de 1980 lo hacía en el sector primario o mediante el autoempleo, caso que sólo se explica por un cambio del contexto de acogida, es decir, de la sociedad española. Por lo tanto, la importancia del capital humano en la incorporación laboral inmigrante está en función del contexto de recepción.

Otra característica del grupo inmigrante que hay que tener en cuenta para explicar el modo de su incorporación laboral es su *sesgo de género*. La mayor composición femenina de un grupo puede conducirle a un determinado tipo de empleo y no a otros, y viceversa, la mayor composición masculina puede dirigirle a un tipo de empleo y excluirle de otros, debido a diferentes elementos que intervienen en la segmentación por género del mercado laboral. De este modo, la mano de obra inmigrante femenina que llega a España a finales de los años ochenta se ve dirigida al servicio doméstico donde se da una segmentación por género y nacionalidad. En la dirección de la inmigración a este sector no interviene sólo una medida gubernamental, como es la política de cupos, sino la demanda en él de un tipo de trabajador, de un sexo concreto, al que se le asocian y presuponen ciertas habilidades. Tanto las medidas legales -política de cupos, regulación laboral especial del servicio doméstico- como los requerimientos de la demanda determinan que, en el servicio doméstico, la mano de obra no sólo sea foránea sino además de mujeres (Herranz, 1997; 1998b; Colectivo Ióé, 2001b).

Por último, el grupo inmigrante posee un *capital social* que ha de tenerse también en cuenta en las posibilidades de su incorporación laboral. Si entendemos por capital social el conjunto de relaciones sociales de carácter informal que se constituyen en un canal de acceso laboral, la intensificación de las relaciones del grupo inmigrante en la nueva sociedad genera mecanismos de incorporación laboral propios del colectivo.

En cualquier circunstancia, sea o no el caso de la migración, la relación informal proporciona ventajas ocupacionales en términos de reducción de costes de oportunidad. Esto ha llevado a algunos autores a hablar de *capital social* (Coleman, 1988; Osterman, 1980) o de *capital relacional* (Requena, 1991) como estas redes de contacto que puede poseer un individuo y que le da poder para ocupar mejores posiciones en el mercado. Estos bienes relacionales dependen de las *posiciones*, más o menos estratégicas, que los individuos tengan en la red social. Los estudios sobre el acceso al mercado laboral o sobre la integración ocupacional tratan de analizar los canales que ponen en contacto y comunicación, en un contexto dado, dos instituciones: las primarias y las laborales (Requena, 1991). Sin embargo, en el caso de las comunidades inmigrantes,

formadas por nuevos actores que se insertan o intentan insertarse laboralmente en la sociedad receptora, las instituciones primarias en las que se ha socializado el sujeto -familia, escuela, en el país de origen- no representan el punto de partida para la movilidad ocupacional de la mano de obra en la nueva sociedad. Más bien, se trata de la posición de este nuevo actor en la sociedad de acogida o de la posición de su grupo de pertenencia -el grupo de personas del mismo origen que coinciden espacio-temporalmente con él en la nueva sociedad-, la que se pone en contacto y comunicación por diversos canales con instituciones laborales.

Puesto que los inmigrantes desconocen o tienen un conocimiento limitado del ámbito para el reclutamiento y el acceso a los puestos de trabajo en la nueva sociedad, se ven obligados a encontrar medios y vías de comunicación, y tomas de contacto informales que les resultan más operativas para acceder a un empleo que los métodos formales que en un principio desconocen (los anuncios en prensa, empresas o agencias de selección, servicios públicos de empleo, etc.). Estos métodos informales de acceder al empleo se basan en referencias de individuos que pertenecen a la misma red social que la persona interesada en encontrar empleo. Esta red social, en el caso de los inmigrantes en la nueva sociedad, suele estar basada en vínculos étnicos pero también en otro tipo de vínculos, religiosos, ideológicos, etc., que les permiten una mayor relación con la sociedad de acogida. El pertenecer a un grupo o colectivo inmigrante y sentirse identificado con él lleva al desarrollo de relaciones intraétnicas funcionalmente válidas para acceder a un empleo, pero el pertenecer a un grupo político o el participar en ciertas prácticas religiosas en la sociedad receptora puede generar relaciones entre la población migrante y autóctona, que resultan muy eficaces para el acceso al empleo.

El capital social de los inmigrantes, que está en función de algunas características del grupo como el idioma y otros, aunque parece que sería más limitado que el de los autóctonos, en algunos contextos puede ser muy importante y crucial para su incorporación laboral. Los inmigrantes pueden detentar posiciones estratégicas en la sociedad de acogida debido al contexto o a su pertenencia a ciertos grupos influyentes. Las ideologías y los vínculos que las personas establecen a partir de ellas pueden resultar más o menos claras en organizaciones formales (partidos políticos, asociaciones, sindicatos, etc.), pero pueden convertirse en un *presupuesto* en grupos inmigrantes resultantes del exilio. *Presupuesto* que puede dar entrada a un colectivo en un sistema de redes sociales en la nueva sociedad que resulta muy eficaz para su integración en la estructura ocupacional. Este presupuesto ideológico, por ejemplo, fue algo que benefició a inmigrantes latinoamericanos del exilio llegados durante la transición política española, refugiados o no, en su autoempleo. En los dos casos que he estudiado de autoempleo exitoso la *presupuesta* ideología de estos inmigrantes es un elemento que acerca e introduce a miembros del colectivo en los dos sectores: la venta ambulante y la odontología. En ambos sectores se estaban dando importantes cambios de acuerdo a nuevas ideologías surgidas en la transición política, lo

que fue bien explotado por unos actores que supuestamente compartían una forma de ver la realidad. En el caso de la venta ambulante en Madrid, la izquierda en el poder municipal, junto a otras organizaciones de ayuda al refugiado, no sólo fomentaron un tipo de actividad artesanal en relación a esta práctica comercial, como forma de impulsar un cambio cultural e ideológico, sino que la apoyó, fue permisiva y concedió los primeros y mejores permisos a latinoamericanos. En el caso de la odontología, la apertura política generó cambios innovadores, tanto en las formas empresariales –aparecieron las cooperativas-, como en la forma de entender el servicio de salud bucodental, como un bien para la totalidad de la población y necesariamente accesible para la misma. La ideología de una mayor popularización de los servicios de la salud bucodental y de una necesaria contracción del elitismo de los profesionales en el sector, conectaba muy bien con la supuesta ideología de izquierdas de los odontólogos latinoamericanos del exilio, por lo que se convertían en sujetos idóneos para el cambio en el sector.

Por otra parte, los recursos organizacionales que surgen en la comunidad inmigrante por las redes que se generan entre los coétnicos en la nueva sociedad -ayuda recíproca, organizaciones étnicas formales, trasvase de información y de recursos, etc.- incrementan, como veremos a continuación, la probabilidad de éxito e incluso pueden dar a los inmigrantes una ventaja frente a los nativos en contextos favorables o neutros, especialmente en los intentos empresariales (Aldrich y Zimmer, 1986), o pueden, en contextos negativos, ayudar a la supervivencia mediante la generación de diferentes estrategias étnicas. De este modo, hay que tener en cuenta el *capital social* de los inmigrantes en su inserción laboral en la nueva sociedad, como un recurso más que habría que añadir a su capital humano, pero que se desarrolla en relación al contexto de recepción que éstos encuentran.

Redes étnicas y estrategias colectivas

El enfoque histórico-estructural de Alejandro Portes y sus colaboradores, considera la migración como un fenómeno colectivo y no individual. Los actores que emigran, lo hacen junto a otros y tienen sus referentes en otros -con los que intercambian información y ayuda-, por lo que *la migración es un fenómeno social* en el que los actores participan de forma interrelacionada. Para explicar estos movimientos colectivos de población se introduce el concepto de *red social*, que permite a este enfoque teórico explicar la orientación, continuación y dimensión de los flujos de mano de obra en circunstancias económicas que no favorecían este movimiento de personas y a pesar de la distancia y otras barreras. En este sentido, se habla de *red social migratoria* como el conjunto de relaciones sociales informales, entre los migrantes y los potenciales migrantes, que vinculan las sociedades emisoras y receptoras. Sin embargo, este concepto no es introducido simplemente por ser considerado como un mecanismo perfecto para explicar el

vínculo entre país emisor y receptor, sino por las conceptualizaciones que hace la perspectiva neomarxista del mercado de trabajo como un mercado imperfecto. La mano de obra migrante circula por un *mercado laboral mundial*, pero éste es imperfecto, y es en este mercado imperfecto donde las redes sociales cobran efectividad como sistema de asignación ocupacional. Las redes de relaciones entre los inmigrantes no sólo intervienen en la decisión de emigrar a un lugar determinado, sino en la conexión de la oferta en el país emisor con la demanda en el país receptor. De este modo, el concepto de red social resulta importantísimo y muy útil para explicar los modos de asentamiento en la nueva sociedad porque, aunque considerásemos que es la demanda laboral en la sociedad receptora la que determina la llegada de inmigrantes, no basta con que existan puestos vacantes puesto que es necesario que la oferta migrante tenga conciencia de su existencia y acceda a ellos. Además, una vez en la sociedad de acogida, las estrategias que los inmigrantes desarrollan en ella para acceder a los empleos, o para moverse en un determinado segmento del mercado laboral, están también basados en la red de relaciones sociales.

Las redes sociales o el conjunto de relaciones personales de una persona se convierten en un medio efectivo para disminuir o abaratar los elevados costes que supone la integración ocupacional, constituyendo un *capital social* para la misma (Osterman, 1980; Coleman, 1988; Requena, 1991) como hemos visto. En determinadas circunstancias, como puede ser la migración, estas redes sociales cumplen la función primordial de adjudicar posiciones en la estructura ocupacional que, de alguna forma, no puede satisfacerse por los canales oficiales.

La red de relaciones se hace más densa conforme los lazos entre los actores son más fuertes, dependiendo la fortaleza de los mismos de la cantidad de tiempo de estas relaciones, la intimidad y la intensidad emocional de la relación, y de los servicios recíprocos que caracterizan el lazo o relación. Pero a veces, en circunstancias especiales, como es encontrar un empleo, se establecen largas cadenas de lazos débiles, de tal forma que se convierten en sumamente útiles. Los lazos débiles se convierten en *fuertes* pues son los responsables del paso de informaciones cruciales. Es lo que Marc Granovetter denomina *la fuerza de los lazos débiles*, que permiten la información laboral de carácter informal a través de relaciones externas a la familia o el grupo de amigos cuya información acerca del trabajo suele ser la misma (Granovetter, 1973). En el caso de las migraciones se produce esta fortaleza de lazos débiles en un contexto que no es el propio: los emigrantes son maximizadores de recursos como la información, aunque entre ellos las relaciones antes del hecho migratorio fueran *débiles*.

Las relaciones sociales entre coétnicos tienden a intensificarse en la sociedad de acogida y no sólo tienen una función para el acceso al empleo sino para el trasvase de información y recursos de todo tipo, para ayuda y apoyo material y psicológico, para protegerse frente a la hostilidad del medio, para ejercer control en la colonia, etc. En primer lugar, la información necesaria sobre la sociedad de acogida lleva a que el recién llegado dependa del ya asentado. Así, general-

mente, los inmigrantes recién llegados tienden a emplearse o autoemplearse en sectores donde la mayoría de los trabajadores son inmigrantes. Las *conexiones de mutualidad y ayuda* sobre las que reposan los inmigrantes en la nueva sociedad les llevan a crear recursos y estrategias que compensan la dureza u hostilidad del contexto que ellos encuentran, es decir, su vulnerabilidad en él. Por otra parte, las estructuras sociales de la comunidad étnica o inmigrante -formales o informales- producen organizaciones que conectan a los individuos con las organizaciones e instituciones de la sociedad receptora. La interacción intensa dentro de un medio extraño común y la formación de organizaciones e instituciones inmigrantes refuerzan la identidad étnica e intensifican la sensación de comunidad y de pertenencia al grupo. Surge así la conciencia de grupo étnico o la *etnicidad* y se intensifican las conexiones sociales entre los miembros del grupo étnico (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990). El *asociacionismo inmigrante* es así una estrategia colectiva basada en las redes sociales étnicas y que tiende al mismo tiempo a reforzarlas.

Otra estrategia colectiva de los grupos inmigrantes son las *concentraciones de inmigrantes* en el lugar de acogida, tanto residenciales como ocupacionales o en áreas de ocio y reunión. La operatividad y eficacia de las redes sociales informales depende de su nivel de *interacción cara a cara* y estas concentraciones permiten este tipo de relación, intensificando la eficacia de la red en su funcionalidad para localizar y acceder al empleo. Estas concentraciones, una vez establecidas, promueven frecuentes interacciones cara a cara, reproduciendo el sentido de comunidad y autoidentificación con el grupo y con miembros del mismo, aumentando la conciencia étnica o etnicidad, los intereses comunes y la solidaridad étnica (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990). Todo esto, además de otras ventajas (regulan el ritmo de aculturación, preservan estilos de vida valorados, ejercen control social sobre los jóvenes) explica por qué, en contra de lo que prevé la teoría asimilacionista -una mayor dispersión con el tiempo-, los grupos tienden a agruparse en las áreas que lo hicieron sus antepasados (Portes y Rumbaut, 1990).

La *concentración espacial*, como es el caso de las mujeres dominicanas en la ciudad de Arava (Herranz, 1996b), el de marroquíes en áreas céntricas de Madrid (barrio de Lavapiés), o el de ecuatorianos y peruanos en el parque de El Retiro, y la *concentración sectorial*, como por ejemplo en España, los marroquíes en la construcción, los senegaleses en la venta ambulante, los asiáticos en la hostelería, el comercio e importación y en la venta de flores (Beltrán, 1996; 2000; Nieto, 2002), los africanos en el sector agrícola (Santana, 2000), las mujeres latinoamericanas en el servicio doméstico (Herranz, 1997, 1998b), etc., son estrategias colectivas que surgen por el fortalecimiento de relaciones intraétnicas que posibilitan una rápida transmisión de información, y que se perpetúan porque suponen un canal de acceso laboral muy eficaz en un determinado contexto (Martínez, 1997). En algunos casos, a la *concentración sectorial* se suma la *concentración espacial* de las empresas, como es el caso de los mayoristas y distribuidores argentinos en la zona centro de Madrid (Herranz, 1996a), o el de los comercios chinos y marro-

quies en la misma zona que resulta una estrategia dinamizadora del comercio al atraer a los consumidores a ese lugar de la ciudad.

Estrategias étnicas colectivas desarrolladas por las redes sociales inmigrantes son fundamentales en la prosperidad económica de los empresariados inmigrantes. La posibilidad de acceder a una mano de obra ilegal y barata de coétnicos es, como vimos, otra estrategia que los empresarios inmigrantes utilizan para su propio éxito económico y se basa también en las redes sociales intraétnicas, y en la concentración del colectivo. Otros mecanismos basados en la intensificación de las relaciones informales dentro del grupo y por el sentimiento de etnicidad generan oportunidades de éxito y progreso económico en las empresas inmigrantes y propician una tendencia a la formación de nuevos negocios: compartir trabajo, no dejar una posición o negocio hasta que no se encuentre a otro coétnico para reemplazarle, ayudar a un coétnico en un negocio sin salario a cambio, aprender de otro coétnico las habilidades para una determinada actividad, etc.

En la creación de empresas a partir de la venta ambulante en el colectivo argentino, el trabajar para los empresarios incipientes, tanto en la venta ambulante como en sus primeras empresas de distribución y venta al por mayor, no sólo benefició a otros argentinos como medio de subsistir sino que les dispuso a emprender similares iniciativas, provocando una gran competencia en el colectivo. Compartir puestos de venta y licencias, adquirir diversas licencias en sitios estratégicos que proporcionaban empleo a otros argentinos, emplear a coétnicos en determinados puestos, sin dejar la licencia, mientras se montaban empresas de distribución y venta al por mayor o pequeños comercios, dedicarse a la distribución informal de mercancías a diferentes puestos ambulantes de cuyas licencias eran propietarios, fueron prácticas muy habituales en el colectivo argentino de principios de los años ochenta. Muchos de los mayoristas argentinos de la zona centro de Madrid trabajaron para otros pioneros y formaron su empresa a imitación; otros, pequeños comerciantes autónomos, también han trabajado con estos primeros empresarios hasta acumular un pequeño capital que les permitiera su independencia. Muchos otros, sin haber tenido relación laboral directa con estos empresarios, han creado sus propias empresas en el sector del comercio de bisutería y complementos a imitación (Herranz, 1996a).

Del mismo modo, la apertura de clínicas de odontología en cadena por el colectivo latinoamericano durante los años ochenta fue posible gracias a la expansión e intensificación de la red social en el colectivo. A pesar de la importante expansión del sector odontológico y de la escasez de odontólogos autóctonos, los profesionales latinoamericanos del exilio se encontraron con muchas barreras institucionales, primero, en cuanto a la homologación de sus títulos y, después, en cuanto a su colegiación, requisitos ambos para trabajar, lo que llevó a que la mayoría de estos profesionales trabajaran durante una media de dos a cuatro años en la ilegalidad. En principio trabajaron en clínicas privadas de españoles y en cooperativas de manera informal, pero

según iban obteniendo sus credenciales abrían su propia clínica privada. El aumento progresivo de la demanda en el sector producía un incremento de la apertura de pequeñas clínicas privadas, especialmente en zonas desasistidas de lo que se benefició el colectivo latinoamericano. Pronto los propietarios latinoamericanos con los papeles en regla establecieron pequeñas sociedades privadas con los que no tenían aún sus homologaciones o compartían una pequeña clínica al 50%, dando trabajo a los recién llegados mediante el empleo informal. Éstos, según iban obteniendo sus credenciales para trabajar legalmente –homologación y colegiación– también iban abriendo sus propias clínicas ayudando con el mismo sistema a nuevos llegados. Empleados de manera informal por sus compatriotas, ahoraban mientras obtenían sus convalidaciones y, cuando las lograban, abrían su propia clínica. Esto generó la apertura de clínicas privadas en cadena y atrajo a más odontólogos, especialmente argentinos, aumentando la inmigración de estos profesionales. La problemática común de estos profesionales en cuanto a homologaciones y colegiaciones les llevó a asociarse para reivindicar estas credenciales vía jurídica lo que fomentó su interrelación e intensificó sus estrategias de ayuda en el empleo (Herranz, 2000).

La familia y el linaje en los pueblos de origen pueden también intensificarse en el fenómeno migratorio y ser fundamentales para la prosperidad económica de un empresariado étnico. En algunos colectivos como el chino se puede hablar de una organización familiar transnacional (Nieto, 2002) de tal forma que los lazos familiares son la base del empleo internacional en sus negocios (Beltrán, 1996; 2000). Cuando la oferta en la hostelería de un país occidental se ha ido saturando, los inmigrantes chinos han ido abriendo negocios en otros países europeos patrocinando la emigración de parientes cada vez más lejanos y generando una economía étnica transnacional. Se desarrolla de este modo una red social familiar-transnacional donde la movilidad de la mano de obra, la información, el capital, la formación y los conocimientos, circulan con asiduidad y se favorece el mantenimiento de unos vínculos muy directos con los pueblos de origen (Beltrán, 2000).

Como vemos, la intensificación de la red social y del sentimiento de etnicidad en los grupos inmigrantes son generadores de estrategias colectivas que, no sólo sirven para entrar en un sector económico y formar un empresariado o economía étnica, sino para dinamizarlo y tener trayectorias exitosas en él, incluso con ventajas sobre la población autóctona.

Conclusión

Según ha aumentado la inmigración en España se ha ido diversificando en sus formas de incorporación laboral, con el resultado de un incremento de la formación de negocios inmigrantes, tal como se muestra en este volumen. En las dos últimas décadas, en las que ha aumentado

la población extranjera de forma espectacular, se han producido en España grandes cambios económicos, sociales y políticos insertos en la creciente globalización de la economía mundial y en la internacionalización de su economía. La transición hacia un régimen político democrático a finales de los años setenta abrió a España al exterior, tanto mediante la internacionalización de su economía en un sistema económico mundial cada vez más globalizado, como por la integración de su actividad política en un marco de referencia mundial, más en concreto por su alineamiento con los países occidentales desarrollados, con Estados Unidos y la Comunidad Europea. La internacionalización política y económica de España provocó grandes cambios sociales y culturales en la población española y de reestructuración económica que se empezaron a vislumbrar a finales de la década de 1980. Es en este contexto de transformación y cambio donde los flujos migratorios se han insertado con una variedad de trayectorias económicas entre las que han surgido las iniciativas empresariales.

A medida que España va internacionalizando su economía e insertándola en el sistema económico mundial, aumenta la demanda laboral inmigrante en sus grandes capitales. En estas ciudades aumentan los empleos en los servicios de bajo salario que demandan una mano de obra femenina. Estos empleos son rechazados por la población autóctona con mayor formación y mayor nivel de renta que las generaciones anteriores, y a ellos se dirige a la mano de obra inmigrante por medio de la política de inmigración o de cupos en los años noventa. Los flujos migratorios que se dirigen a estas ciudades ajustan su proceso de feminización al proceso de feminización de la demanda laboral inmigrante en ellas. Pero en estas ciudades, se generan también estructuras de oportunidad para negocios inmigrantes en determinados sectores en transformación y en expansión (comercio, hostelería, servicios a domicilio, etc.) y en determinados espacios de la ciudad. Aparecen así iniciativas autónomas y empresariales de los inmigrantes, en muchos casos exitosas, junto al reclutamiento de mano de obra inmigrante en sectores secundarios que rechazan la población autóctona. A medida que aumenta el volumen de los colectivos, algunos de estos pequeños negocios pueden servir para cubrir las necesidades y demandas de los mismos como sucede con los locutorios y centros de envíos de dinero. Estas iniciativas empresariales generan otras a imitación dentro de determinados colectivos siendo esta forma de incorporación laboral una estrategia muy significativa para ellos.

En la formación de negocios inmigrantes es fundamental encontrar un *contexto favorable* para los mismos (en cuanto a la demanda del producto o servicios que se ofrecen, así como por los puestos vacantes en el sector) por lo que una sociedad en continua expansión económica como la española y, en concreto, ciudades con un especial crecimiento económico y del consumo y un espectacular y constante proceso de terciarización como es el caso de Madrid, se convierten en un contexto en el que pueden emerger diversos tipos de empresariado inmigrante en el sector servicios. A este contexto favorable para ciertos negocios hay que sumar el hecho de

que a la mano de obra inmigrante se le cierra las puertas en determinados segmentos del mercado laboral, lo que les lleva a considerar el autoempleo como una estrategia de inserción ante la discriminación laboral que sufren.

Sin embargo, en estos contextos, favorables para los negocios y discriminatorios en cuanto al empleo para los inmigrantes, la situación de la población inmigrante puede resultar ventajosa para el éxito empresarial en relación a la autóctona. Los casos que he estudiado en el colectivo latinoamericano, constatan que las *estrategias colectivas* de los grupos inmigrantes basadas en redes de relaciones intraétnicas y en la ayuda mutua son fundamentales para la formación de estos negocios, su extensión y prosperidad. La intensificación de las relaciones o lazos étnicos que surgen por el fenómeno migratorio, no sólo proporcionan empleo a los recién llegados y nutren a las empresas de mano de obra coétnica, sino que aportan experiencia y conocimientos para que surjan iniciativas autónomas en el colectivo dentro del mismo sector económico.

Así, el análisis del empresariado inmigrante ha de centrarse, por un lado, en las diversas variables de carácter contextual que generan una estructura de oportunidad, llevando a cabo una *exhaustiva exploración del sector concreto* en el que se integra dicho empresariado; y, por otro, ha de *examinar las redes étnicas y estrategias colectivas* que surgen a partir de ellas en el colectivo inmigrante en su adaptación a este contexto favorable. La formación de negocios en cadena en el mismo sector por parte de miembros del mismo colectivo se explica por los vínculos coétnicos y las estrategias colectivas que desarrollan.

Bibliografía

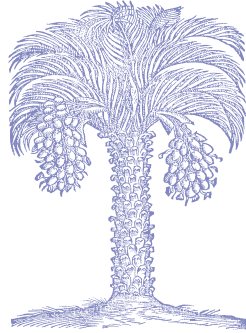
- ALDRICH, H. y ZIMMER, C. (1986) "Entrepreneurship Through Social Networks", en SEXTON, D. y SMILOR, R. (eds.) *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- BACH, R. L. (1978) "Mexican Immigration and the American State" *International Migration Review*, vol. 12, pp. 536-558.
- BALES, K. (2000) *La Nueva Esclavitud en la Economía Global*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- BEAN, F.D. TIENDA, M. (1987) *The Hispanic Population of the United States*. New York: Russell Sage Foundation.
- BECKER, G. (1964) *Human Capital*. New York: National Bureau for Economic Research. (Traducción castellana: *El Capital Humano*. Madrid: Alianza 1983).
- BELTRÁN, J. (1996) *Parentesco y organización social en los procesos de emigración internacional chinos*. Tesis doctoral. Departamento de Antropología Social de la Universidad Complutense de Madrid.
- BELTRÁN, J. (2000) "La empresa familiar: trabajo redes sociales y familia en el colectivo chino" *Ofrim*, nº. 6, pp. 129-153.

- BOISSEVAIN, J., BLASCHKE, J., GOTENBERG, H., JOSEPH, I., LIGHT, I., SWAY, M., WALDINGER, R. y WERBNER, P. (1990) "Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies" en WALDINGER, R. et al. *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. London: Sage Publications, pp. 131-156.
- BOISSEVAIN, J. y GROTENBERG, H. (1986) "Culture, Structure and Ethnic Enterprise: the Surinamese of Amsterdam". *Ethnic and Racial Studies*, vol. 9, pp. 1-23.
- BONACICH, E. (1972) "A Theory of Ethnic Antagonism: The Split Labor Market". *American Sociological Review*, vol. 37, pp. 547-59.
- BONACICH, E. (1973) "A Theory of Middleman Minorities". *American Sociological Review*, vol. 88, pp. 583-594.
- BONACICH, E. (1976) "Advanced Capitalism and Black/White Relations: A Split Labor Market Interpretation". *American Sociological Review*, vol. 41, pp. 34-51.
- BONACICH, E. y MODELL, J. (1980) *The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Community*. Berkeley: University of California Press.
- CACHÓN, L. (1995) "Marco institucional de la discriminación y tipos de inmigrantes en el mercado de trabajo en España". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n.º. 69, pp. 105-124.
- CACHÓN, L. (1997) "Segregación sectorial de los inmigrantes en el mercado de trabajo en España". *Cuadernos de Relaciones Laborales*, n.º. 10, pp. 49-73.
- CACHÓN, L. (1999) *Prevenir el racismo en el Trabajo en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- CARRASCO CARPIO, C. (1999) *Mercados de trabajo: Los inmigrantes económicos*. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- COLEMAN, J. S. (1988) "Social Capital in the Creation of Human Capital". *American Journal of Sociology*, vol. 94, pp. 95-120.
- COLECTIVO IOÉ. (1998) *Inmigración y trabajo. Trabajadores inmigrantes en el sector de la construcción*. Madrid: INSERSO.
- COLECTIVO IOÉ. (1999a) *Inmigración y trabajo. Trabajadores inmigrantes en el sector de la hostelería*. Madrid: IMSERSO.
- COLECTIVO IOÉ. (1999b) *Inmigrantes, trabajadores, ciudadanos: una visión de las migraciones desde España*. Valencia: Patronat Sur-Nord de la Universitat de Valencia.
- COLECTIVO IOÉ. (2001a) *¡No quieren ser menos!: Exploración sobre la discriminación de los inmigrantes en España*. Madrid: UGT.
- COLECTIVO IOÉ. (2001b) *Mujer, migración y trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- DOERINGER, P. B. y PIORE, M.J. (1971) *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- EDWARDS, R.C. (1975) "The Social Relations of Production in the Firm an Labor Market Structure" en EDWARDS, R.C., REICH, M. and GORDON, D. M. (eds.). *Labor Market Segmentation*. Lexington: D.C. Heath, pp. 3-26. (Traducción castellana). "Las relaciones sociales de producción de la empresa y la estructura del mercado de trabajo", en TOHARIA, L. (comp.) *El mercado de trabajo. Teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza Universidad, 1983, pp. 395-421.

- FISCHER, C. S. (1982) *To Do Well among Friends. Personal Networks in Town and City*. Chicago: University of Chicago Press.
- GORDON, D.M. (1972) *Theories of Poverty and Underemployment: Orthodox, Radical and Dual Labour Market Perspectives*. Lexington: D.C. Heath.
- GRANOVETTER, M. (1973) "The strength of weak ties". *American Journal. Sociology*, vol. 78, nº. 6, pp. 1360-1380.
- GUARNIZO, L.E. (1992) *One Country in Two: Dominican-owned Firms in New-York and in the Dominican Republic*. Baltimore: Maryland.
- HEISLER, M. O. (1992) "Migration, International Relations and New Europe: Theoretical Perspectives from Institutional Political Sociology". *International Migration Review*, vol. 26, nº. 2, pp. 596-622.
- HERRANZ, Y. (1996a) *Formas de incorporación laboral de la inmigración latinoamericana en Madrid. Importancia del contexto de recepción*. Tesis doctoral sin publicar.
- HERRANZ, Y. (1996b) "La concentración dominicana en Aravaca". *Género y Sociedad*, vol. 4, nº. 1, pp. 63-101.
- HERRANZ, Y. (1997) "Transformación del mercado laboral de Madrid y feminización de la inmigración latinoamericana", en V. MAQUEIRA y M. J. VARA, *Género, clase y etnia en los nuevos procesos de globalización*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- HERRANZ, Y. (1998a) "La inmigración latinoamericana en distintos contextos de recepción". *Revista Migraciones*, nº. 3, pp. 31-51.
- HERRANZ, Y. (1998b) "Servicio doméstico y feminización de la inmigración en Madrid". *Ofrim Suplementos*, pp. 65-83.
- HERRANZ, Y. (2000) "La inmigración profesional en España y las barreras institucionales a su incorporación laboral: el caso de los odontólogos latinoamericanos". *Ofrim Suplementos*, pp. 98-127.
- HOUT, M. (1986) "Opportunity and the Minority Middle-class: A Comparison of Blacks in the United States and Catholics in Northern Ireland". *American Sociological Review*, vol. 51, pp. 214-23.
- LIGHT, I. (1972) *Ethnic Enterprise in America*. Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I. (1984). "Immigrant and Ethnic Enterprise in North America". *Ethnic and Racial Studies*, vol. 7, pp. 195-216.
- LIGHT, I. and BONACICH, E. (1988) *Immigrant Entrepreneurs*. Berkeley: University of California Press.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. (1997) *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid: Trotta.
- MOORE, J. and PACHÓN, H. (1985) *Hispanics in the United States*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- NIETO, G. (2002) "La emigración de Qingtian a España. Reflexiones desde una perspectiva de género", en Ana GARCÍA MINA y M. José CARRASCO (editoras) *Cuestiones de género en el fenómeno de las migraciones*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- OSTERMAN, P. (1980) *Getting Started: The Youth Labor Market*. Cambridge: MIT Press.
- OTEIZA, E. (1971) "Emigración de profesionales, técnicos y obreros cualificados argentinos a los Estados Unidos". *Desarrollo Económico*, nº. 10 pp. 429-454.

- PESSAR, P. (1984) "The Linkage between the Household and the Workplace of Dominican Women in the United States". *International Migration Review*, vol. 18, pp. 1188-1211.
- PIORE, M. (1975) "Notes for a Theory of Labor Market Stratification" en EDWARDS, R. C., REICH, M. y GORDON, D. M. (eds) *Labor Market Segmentation*. Lexington, Mass: Lexington Books, pp. 125-149. (Traducción castellana: "Notas para una teoría de la estratificación del mercado de trabajo", en TOHARIA, L. (comp.) *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza Universidad 1983, pp. 193-221.
- PIORE, M. (1979a) *Birds of Passage: Migrant Labor and Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PIORE, M. (1979b) "The "Illegal Aliens" Debate Misses the Boat" en PIORE, M.J. (comp.) *Unemployment and Inflation: Institutional and Structuralist Views*. Nueva York: Sharpe. (Traducción castellana). *Paro e inflación. Perspectivas institucionales y estructurales*. Madrid: Alianza Editorial 1983.
- PIORE, M. J. y BERGER, S. (1980) *Dualism and Discontinuity in Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PORTES, A. (1981) "Modes of Structural incorporation and Present Theories of Labor Immigration" en KRITZ, M. M., KEELY, C. B. y TOMASI, S. M. (eds.) *Global Trends in Migration: Theory and Research on International Population Movements*. New York: Center for Migration Studies, pp. 279-397.
- PORTES, A. (1987) "The Social Origins of the Cuban Enclave Economy of Miami". *Sociological Perspectives*, vol. 30, pp. 340-372.
- PORTES, A. (2000) "Immigration and the Metropolis: Reflection on Urban History". *Journal of International Migration and Integration*, vol. 1, nº. 2: pp. 153-175.
- PORTES, A. y BACH, R. (1985) *Latin Journey. Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley: University of California Press.
- PORTES, A. y BÓROZC, J. (1989) "Contemporary Immigration: Theoretical Perspectives on its Determinants and Modes of Incorporation". *International Migration Review*, vol. 13, nº. 3, pp. 606-630. (Traducción castellana) "Inmigración contemporánea: perspectivas teóricas sobre sus determinantes y modos de incorporación". *Alfoz*, nº. 91/92, 1983, pp. 20-32.
- PORTES, A. y GUARNIZO, L. (1990) *Tropical Capitalists: U.S. Bound Immigration and Small-Enterprise Development in the Dominican Republic*. (Traducción castellana) *Capitalistas del Trópico: la inmigración en los Estados Unidos y el desarrollo de la pequeña empresa en la República Dominicana*. República Dominicana: FLACSO 1991.
- PORTES, A. y JENSEN, L. (1987) "What's an Ethnic Enclave? The Case for Conceptual Clarity". *American Sociological Review*, vol.52, nº. 6, pp. 768-771.
- PORTES, A. y MANNING, R.D. (1986) "The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples" en NAGEL, J. y OLZAK, S. (eds.) *Comparative Ethnic Relations*. New York: Academic Press. pp. 47-68.
- PORTES, A. y RUMBOUT, R.G. (1990) *Immigrant America*. California: University of California Press.
- PORTES, A. y STEPICK, A. (1985) "Unwelcome Immigrants: The Labor Market Experiences of 1980 Cuban and Haitian Refugees in South Florida". *American Sociological Review*, vol. 50, pp. 493-514.

- REQUENA, F. (1990). "Algunas consideraciones sobre la integración en el mercado de trabajo". *Anuario de la UNED*, nº. 4, pp. 345-64.
- REQUENA, F. (1990/91) "Redes sociales y mecanismos de acceso al mercado de trabajo". *Sociología del Trabajo*, nº. 11, pp. 117-140.
- REQUENA, F. (1991) *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional*. Madrid: CIS.
- RIBAS MATEOS, N. (2004) *Una invitación a la Sociología de las Migraciones*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- SANDERS, J. M. y NEE, V. (1987) "Limits of Ethnic Solidarity in the Enclave Economy". *American Sociological Review*, vol. 52, nº. 6, pp. 745-767.
- SASSEN-KOB, S. (1988) *The Mobility of Labor and Capital: A Study in International Investment and Labor Flow*. Cambridge (Mas.): Cambridge University Press. (Traducción castellana) *La movilidad del trabajo y del capital: un estudio sobre la corriente internacional de la inversión y del trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social 1993.
- SANTANA, A. (2000) "Los trabajadores extranjeros en el sector agrícola". *Ofrim Suplementos*, pp. 41-73.
- SLEMENSON, M. et al. (1970) *Emigración de científicos argentinos. Organización de un éxodo en América Latina*. Buenos Aires: Instituto Torcuato di Tella.
- SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2005) *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundación CIDOB.
- STEPICK, A. y PORTES, A. (1986) "Flight into Despair: A Profile of Recent Haitian Refugees in South Florida". *International Migration Review*. vol. 20, nº. 2, pp. 329-350.
- WALDINGER, R., ALDRICH, H. y WARD, R. (1990) "Opportunities, Group Characteristics, and Strategies" en WALDINGER, R. et al., *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. London: Sage Publications. pp. 13-48.
- WALDINGER, R., McEVOY, D. y ALDRICH, H. (1990) "Spatial Dimensions of Opportunity Structures" en WALDINGER, R. et al., *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. London: Sage Publications. pp. 107-130.
- WARD, R. (1984) "Minority Settlement and the Local Economy" en ROBERTS, B., FINNEGAN, R., GALLIE, D. (eds.), *Approach Economic Life: Economic Restructuring, Employment, and the Social Division of Labor*. Manchester: ESRC and Manchester University Press.
- WILSON, K. y MARTIN, W. A. (1982) "Ethnic Enclaves: A comparison of the Cuban and Black Economics in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 88, pp. 135-160.
- WILSON, K. y PORTES, A. (1980) "Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 86, pp. 295-319.



**PARTE II:
INSERCIÓN EN EL
ENTRAMADO URBANO**

Comercios y servicios de los inmigrantes en la Comunidad de Madrid: un enfoque geográfico

Mónica Buckley

Introducción

“El Caribe de Alvarado: el barrio del conquistador se convierte en el nuevo punto de reunión de los dominicanos” (1995), “Gastronomía para la nostalgia: varias tiendas ofrecen a los inmigrantes ingredientes para cocinar sus platos nacionales” (1996), “La corrala de Shangai: el comercio chino de venta de bolsos y regalos al por mayor desembarca en Tirso de Molina” (1997), “Esto no es Santo Domingo, es el barrio de Cuatro Caminos: en esta zona de la capital reside la mayoría de los inmigrantes de origen dominicano” (1997), “La vida en el malecón de Cuatro Caminos: los inmigrantes latinoamericanos recrean el ambiente caribeño en las calles de Tetuán” (1998), “El pequeño Caribe de Cuatro Caminos: casi 5.000 inmigrantes, la mayoría latinoamericanos, viven en un barrio en alza” (1999), “El mundo en una peluquería: dominicanos y africanos gestionan centros donde el cliente puede cortarse el pelo, hacer llamadas o comprar productos de su tierra” (2002), “Chinatown en Madrid. Treinta mil compradores en Lavapiés. Nueva Ley para la carga y la descarga” (2003), “Almansa, capital de Ecuador” (2004), “Polígono Lavapiés. Gallardón quiere limitar y regular los negocios de venta al por mayor que proliferan en el multicultural barrio” (2004).

Estos titulares de prensa –la mayoría del periódico *El País*– manifiestan la creciente visibilidad, desde mediados de los años noventa, de ciertos negocios (comercios y servicios en general) dirigidos por y para los inmigrantes. Esta visibilidad no es tanto debida a la novedad del fenómeno –los negocios de los inmigrantes existen en España desde que existe la inmigración–, como a la multiplicación, especialización y concentración espacial de dichos establecimientos en algunas zonas urbanas.

¿Qué tipos de negocios surgen? ¿Dónde y por qué se concentran? ¿Implica esta concentración una revitalización de estos espacios o, por el contrario, cierta marginalización y “periferización”? ¿Se crean nuevas centralidades urbanas? ¿Son guetos o espacios abiertos de integración?

Partimos de la idea de que el entramado de comercios y servicios de inmigrantes extranjeros constituye un nuevo factor para la incorporación de éstos a la sociedad que los recibe. No sólo desde el punto de vista económico y social, sino también desde el punto de vista espacial, al ser estos comercios elementos culturales materiales que se introducen en el espacio público. Estas manifestaciones del espacio humano y social tienen un importante papel en la construcción social. De este modo, se plantean dos hipótesis de trabajo:

- La concentración espacial de establecimientos de inmigrantes extranjeros crea un espacio urbano en el que se pueden identificar y cohesionar, promoviendo otro tipo de integración.
- La concentración espacial de establecimientos de inmigrantes extranjeros provoca cierta “revitalización” tanto social como económica de algunas zonas degradadas hasta el punto de crear otro tipo de centralidades urbanas.

A partir de estas hipótesis y teniendo en cuenta un enfoque geográfico tres son los objetivos que nos interesa abordar:

- La lógica espacial de la distribución, localización y concentración de los establecimientos de los inmigrantes.
- Las implicaciones de esta concentración en la creación de nuevas centralidades urbanas –teniendo en cuenta las diferentes escalas: local, regional e internacional– y en la revitalización de ciertas áreas.
- Las implicaciones en la integración de estos colectivos emprendedores en el espacio.

Este capítulo está basado en los resultados obtenidos en una investigación realizada en Madrid en 1997 en el departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense. En la primera parte de dicha investigación, a partir de una serie de fuentes estadísticas y de un trabajo de campo de observación en muchos barrios y municipios de la Comunidad de Madrid, se dibujó un panorama general de la situación comercial de los inmigrantes en esta Comunidad (situación del autoempleo y descripción, clasificación y localización de estas empresas).

La segunda parte consistió en la elección y estudio de dos casos: el mosaico comercial de Embajadores, haciendo especial hincapié en el nicho económico de la venta al por mayor; y la especialización “étnica” y diversificación comercial de Bellas Vistas (Cuatro Caminos). En esta parte la metodología fue más cualitativa, consistiendo en un trabajo de campo de observación

e inventario de locales y una serie de entrevistas en profundidad a dueños de comercio, empleados, vendedores ambulantes y otros agentes implicados en cada barrio. El primer caso se estudió a partir de los testimonios de vendedores (ambulantes, minoristas y mayoristas) senegaleses y marroquíes. El segundo caso fue analizado exclusivamente a partir de los testimonios de los dominicanos empresarios, mayoritarios en esa zona.

A continuación presentamos, en primer lugar, un resumen del marco teórico del comercio étnico y del panorama comercial inmigrante en Madrid a finales de los años noventa; y, en segundo lugar, las principales observaciones del caso de Lavapiés.

Panorama del comercio inmigrante en Madrid

I. Marco teórico

Una primera corriente de interpretación trató de explicar el desarrollo de estos negocios a partir de factores socioculturales o étnicos, enfatizando los modelos de comportamiento y las características endógenas de estos grupos étnicos (Light y Bonacich, 1988). Con el cambio experimentado por las empresas étnicas durante los años ochenta del siglo pasado, el cuerpo teórico evolucionó, y aunque siguió poniendo el énfasis en la idea de los recursos internos étnicos, comenzó a reconocer la importancia de los factores estructurales externos de la sociedad receptora (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990). El objetivo principal de estas tendencias reside en dilucidar el porqué del éxito de la empresa étnica, insistiendo en la importancia de la identidad étnica. Sus conceptos claves son tres: el *empresariado étnico*, el *enclave étnico* y la *economía étnica* o inmigrante.

El concepto de *enclave étnico* fue acuñado por Alejandro Portes en un estudio sobre las empresas de los cubanos en Miami: “*los enclaves consisten en grupos de inmigrantes que se concentran en una localización espacial específica y ponen en marcha toda una variedad de empresas para abastecer a su propio mercado étnico y/o a la población general. Su característica básica es que una proporción significativa de la fuerza de trabajo inmigrante trabaja en empresas dirigidas por otros inmigrantes*”¹ (Barrett, Jones y McEvoy, 1996). Las empresas están concentradas en el espacio, lo que provoca la atracción tanto de proveedores como de clientes y genera un importante efecto multiplicador de las actividades económicas para este enclave. Además de como un nicho ocupacional en el que el grupo étnico ha asegurado cierta actividad e influencia, el enclave adopta la fisonomía del nicho que permite el aprendizaje de un oficio con las facilidades que esto supone a la hora de generar con posterioridad actividades autónomas,

¹ Traducción propia.

por lo que tendría la virtud de ofrecer a los inmigrantes posibilidades para el ascenso social y se presentaría como una alternativa al mercado laboral dual. Otros autores han preferido utilizar, en vez del término de enclave étnico, por este orden, los de economía étnica y economía inmigrante.

Una *economía étnica* estaría constituida por todas las pequeñas empresas pertenecientes a miembros de un mismo grupo étnico y por todos los empleados del mismo grupo. A diferencia del anterior concepto, estas empresas no estarían necesariamente agrupadas en un mismo espacio. El concepto de *economía inmigrante* es aún más amplio, ya que empleadores, empleados y abastecedores no tienen por qué formar parte del mismo grupo étnico (Light y Bonacich, 1988).

El objeto de la segunda gran corriente interpretativa no reside tanto en averiguar el porqué del éxito de la empresa étnica, como en valorar las interacciones de ésta con el espacio urbano. Por ello prestan mayor atención a los factores espaciales del contexto urbano: cómo influyen las características del espacio a la hora de crear empresas étnicas, qué tipo de barrios se generan y qué consecuencias tiene todo ello sobre la evolución de estos espacios (Dijst y Kempen, 1991; Kesteloot, 1990; Toubon y Messamah, 1990). En definitiva, lo que interesa a esta corriente es identificar las formas y los mecanismos de “espacialización” urbana de los empresarios inmigrantes. Emplea mayoritariamente los conceptos de empresarios o comerciantes inmigrantes o migrantes, en vez del de identidad étnica, preferencia con la que se pretende subrayar la importancia del movimiento y la movilidad de estos actores económicos y su capacidad para poner en contacto el lugar de origen con el de destino (gracias a los movimientos de retorno y las idas y venidas), y los numerosos países por donde está dispersa el resto de su comunidad. De este modo, se forman unas redes internacionales de circulación de capital, información, mercancías y personas que se materializan en lo que algunos autores llaman *territorios de diáspora* y otros, *territorios circulatorios*. Lo que caracteriza a los primeros es la multiporalidad (dispersión de una comunidad), la interpolareidad (se mantienen relaciones intensas entre los diferentes polos, así como con el país de origen) y la extraterritorialidad (se preserva cierta identidad nacional y se desarrolla una identidad comunitaria transnacional) (Ma Mung, 1992). Los segundos, cuyo término fue acuñado por Alain Tarrus, describen espacios por los que transitan personas, mercancías, signos, competencias, y profesiones que atraviesan las ciudades y los países de acogida (Battegay, 1996).

Se hace hincapié, por un lado, en la importancia de la internacionalización de la economía para que este tipo de empresas prospere, y por otro, en sus consecuencias espaciales, es decir, el nacimiento de nuevas centralidades urbanas. Los empresarios migrantes “*lejos de constituir ‘pueblos’ o ‘enclaves’ étnicos, construyen ‘territorios circulatorios’ que participan de la organización de un espacio productivo transnacional y se conjugan con movilizaciones productivas originales, creadoras de centralidades urbanas*” (Peraldi y Perrin, 1996: 15).

2. Metodología

Cuando se planteó el problema de dónde recabar información estadística sobre la actividad laboral de los extranjeros y, más concretamente, sobre su actividad por cuenta propia, decidimos, por un lado, buscar una fuente que recogiese la variable laboral de los extranjeros (la Estadística de Permisos de Trabajo a Extranjeros) y, por otro lado, seguir el rastro de todos los pasos administrativos que debía seguir cualquier persona a la hora de crear un negocio. Estos son los trámites principales para el inicio de una actividad por cuenta propia:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) (Agencia Tributaria).
- Inscripción y/o alta en la Seguridad Social (Tesorería de la Seguridad Social).
- Licencia de Actividades e Instalaciones (en el caso de que se abra un local) (Ayuntamiento).

Además, el extranjero debe solicitar el permiso de trabajo y residencia por cuenta propia; lo que le obliga a presentar una memoria del proyecto de explotación y demostrar su viabilidad económica para la inversión. Este tipo de permisos son más difíciles de obtener debido a las complicaciones que presentan estos dos últimos puntos, por lo que muchos empresarios prefieren pedir un permiso por cuenta ajena para trabajar por cuenta propia. Así lo explicaba un comerciante dominicano entrevistado:

“Exigen primero para hacerte con negocio propio te exigen una inversión de la empresa que has montado, que debe sobrepasar según los datos españoles los diez millones de pesetas. ¿Qué significa esto? Nadie que venga a trabajar por razones económicas puede montar una empresa de ese valor. Aún yo no tengo un permiso por cuenta propia. A mi esposa se lo solicité por cuenta propia y se lo denegaron porque yo puse esto a nombre de ella, las partes que me corresponden. Entonces, los permisos de trabajo son por cuenta ajena”.

Se descartó trabajar con los registros de Licencias de Apertura del Distrito Centro del Ayuntamiento de Madrid porque esta fuente sólo refleja las actividades con local (y, aunque la venta ambulante no sea objeto de este estudio, sí nos ayuda a explicar ciertos aspectos de la evolución del comercio). También quedan excluidos de este registro los cambios de titularidad y los de actividad.

Por otro lado, no se utilizó la fuente de la Seguridad Social por dos razones. En primer lugar, porque, en la inscripción de la empresa, sólo aparecen aquellas que efectúan contrataciones. En segundo lugar, porque el alta en el Régimen de Autónomos se lleva a cabo un mes después de haberse dado de alta en el IAE. Así que se decidió utilizar directamente esta fuente.

El alta en el Impuesto de Actividades Económicas es el trámite que toda persona física o jurídica que quiera ejercer una actividad por cuenta propia debe llevar a cabo en la Agencia Tributaria.

Este tributo grava las actividades de empresarios, profesionales y artistas, se ejerzan o no en un local. Su validez es de un año y se renueva automáticamente, salvo indicación contraria. Entró en vigor el 1 de enero de 1992, sustituyendo a las Licencias Fiscales y a los Impuestos Municipales sobre Radicación, Publicidad y Gastos Suntuarios. Lo que supone una desventaja si se hace un estudio evolutivo con anterioridad a esa fecha.

Hay que tener en cuenta siempre que el fin tributario de este registro le confiere cierta parcialidad: aun siendo de carácter obligatorio, siempre quedará al margen toda la actividad informal o sumergida (a partir de 2002, muchos empresarios han quedado exentos del pago, no de la inscripción en el censo).

Se solicitaron los datos de las altas y las bajas de extranjeros a 31 de diciembre de 1996, en la Comunidad Autónoma de Madrid. Con esta fuente se obtiene la fecha de apertura (y de cierre si se produce) de cualquier negocio, el tipo de actividad a la que se dedica y el lugar donde se desarrolla (la calle, el código postal y el municipio).

Si bien presenta una gran ventaja para efectuar un análisis a gran escala (por ejemplo, calle a calle), plantea un problema al intentar cartografiar esta información a escala de barrio para poder compararla con el resto de variables a esta escala en el municipio de Madrid. Esto obligó, registro a registro, calle por calle, a buscar el barrio al que pertenecía y codificarlo para poder elaborar la cartografía y cruzar las variables.

Lo que no se registra es la nacionalidad de la persona que se da de alta. Sólo se distingue a partir del NIF si se trata de un extranjero o de un nacional, de ahí que se haya identificado la nacionalidad de los interesados utilizando su nombre propio y sus dos primeros apellidos; agrupando, para minimizar los errores, las diferentes nacionalidades en cuatro grandes grupos: África Negra (en el que predominan los senegaleses y los ecuatoguineanos), Magreb y Mashrek² árabes (sobre todo marroquíes), Extremo Oriente (chinos y filipinos) y Latinoamérica. Esta forma de proceder nos permitía obtener el panorama general que precisábamos, aunque podíamos caer en la imprecisión, cuestión que pudimos corregir en cierta medida gracias al trabajo de campo complementario.

Otros problemas que plantea esta fuente son los siguientes: una persona puede estar dada de alta dos o más veces para diferentes actividades en el mismo local. Este es un caso muy frecuente en las carnicerías musulmanas, que están dadas de alta como carnicerías y como tiendas de alimentación general, ya que ofrecen una gran variedad de productos. Además, pueden existir varias altas de la misma actividad para personas diferentes en un mismo establecimiento, caso de que existan varios propietarios.

² Magreb occidental (Marruecos, Sahara occidental, Mauritania, Argelia, Túnez y Libia); Mashrek oriental (Egipto, Arabia, Oriente Medio y Asia Menor).

A partir de la observación de ciertas zonas también se ha comprobado que muchos de los negocios que aparecen como altas ya estaban dados de baja y viceversa, algunos que se habían dado de baja seguían funcionando con el mismo dueño y la misma actividad que se reflejaba en las estadísticas.

Por último hay que señalar que aunque la división de la actividad en categorías diferentes es muy exhaustiva, es, a la vez, muy flexible. Así, un negocio clasificado bajo la rúbrica de venta al por mayor, por ejemplo, puede dedicarse también a la venta al por menor y a la importación y exportación de esos mismos productos, y viceversa. Ya que el pago de las cuotas para el ejercicio de una de estas actividades faculta para el ejercicio de la otra

Una vez añadida la variable espacial del barrio y la variable de la “nacionalidad”, y teniendo en cuenta todas las desventajas presentadas más arriba, es una fuente muy útil para dibujar un panorama sólido de las empresas de extranjeros en Madrid.

3. Tipología y localización de las empresas

Los cuatro grupos arriba mencionados –África Negra, Magreb/Mashrek, Extremo Oriente y Latinoamérica– representan el 60% del total de las altas registradas por los extranjeros, variando los porcentajes según las ramas: el 94% de la venta ambulante, el 84% del comercio mixto, el 74% de los servicios personales, el 68% del comercio al por menor alimentario, el 67% de la hostelería y restauración, el 61% de la industria, el 50% del comercio al por menor no alimentario, el 48% de los servicios a las empresas, el 39% de la construcción y el 39 % de la venta al por mayor (Buckley, 1998).

TABLA I
TRAMAS DE ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE LOS GRANDES GRUPOS NACIONALES
EN LA COMUNIDAD DE MADRID (1996) (% SOBRE TOTAL DE CADA GRUPO)

	TOTAL EXTRANJEROS	ÁFRICA NEGRA	MAGREB Y MASHREK ARABES	LATINO AMERICA	EXTREMO ORIENTE
IND. DE EXTRACCIÓN Y TRANSFORMACIÓN	0,8	0	0,1	1,8	0,1
OTRAS INDUSTRIAS	4,1	0	0,6	5,1	7,8
CONSTRUCCIÓN	12,2	3,7	10,4	13,3	0,3
COMERCIO AL POR MAYOR	5,9	5,6	3,4	5,1	2,6
COMERCIO AL POR MENOR ALIMENTARIO	5,2	2,3	6,6	7	5,4
COMERCIO AL POR MENOR NO ALIMENTARIO	10,2	5,1	5,6	9,8	12,4
COMERCIO MIXTO	3,1	0	1,9	0,7	13,1
VENTA AMBULANTE	21,3	73,3	54,1	7,9	3,2
RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA	18,2	3,7	7	18,1	46,1
REPARACIONES Y TRANSPORTES	6,4	3,2	3,5	11,8	0,3
SERVICIOS A EMPRESAS	2,8	0,9	1,2	5,6	0,5
EDUCACIÓN, SANIDAD, OCIO Y SERV. SOCIALES	3,6	0	0,3	4,6	3,7
SERVICIOS PERSONALES	5	1,4	4,5	7,5	4,1
TOTAL	100	100	100	100	100

FUENTE: Impuesto de Actividades Económicas. Cámara de Comercio e Industria de Madrid. 1996.
 Elaboración propia.

En la Tabla 1 se refleja el peso de cada rama en los cuatro grupos nacionales creados. Casi las tres cuartas partes de los autónomos del África Negra están dados de alta en la venta ambulante, seguida del comercio al por menor no alimentario (textil, confección, calzado y cuero, por un lado, y productos de droguería y cosméticos, por otro; 5% en la Comunidad de Madrid y 10% en la capital) y del comercio al por mayor (fundamentalmente de productos de marroquinería y bisutería; 5,6% en la C.M. y 7% en la capital).

La distribución espacial de su actividad (Mapas 1 y 2) está básicamente polarizada en dos zonas: en el centro urbano de Madrid (Embajadores) se concentran las altas de la venta ambu-

lante, coincidiendo con la localización de los comercios de venta al mayor que abastecen a estos comerciantes ambulantes; y en los municipios del suroeste metropolitano (Móstoles y Fuenlabrada), donde el comercio está destinado a abastecer las necesidades de consumo del propio colectivo (alimentación tropical, artículos de cosmética, ropa, discos), lo que se explica por el hecho de que la población de África Negra residente en estos municipios es superior a la del centro urbano. También el perfil demográfico de unos y otros es diferente. En el centro capitalino viven fundamentalmente hombres solos, mientras que en el sur se detecta un mayor número de mujeres y de familias en general.

La diversificación de las empresas del grupo del Magreb y Mashrek árabes es mayor: venta ambulante (54%), construcción (10,4%), restauración y hostelería (7%), comercio al por menor alimentario (6,6%) y comercio al por menor no alimentario (5,6%).

Su localización coincide a grandes rasgos con la de su población (Mapas 3 y 4). Las dos zonas de mayor concentración a escala regional son: el sur metropolitano (Móstoles, Fuenlabrada, Getafe y Parla) y el oeste metropolitano prolongándose por el eje de la carretera N-VI (Alpedrete, Galapagar y Collado Villalba). Por su parte, en el municipio madrileño podemos distinguir tres grandes áreas: los barrios septentrionales de los distritos Tetuán y Fuencarral; el Centro; y algunos barrios meridionales de los distritos Latina, Campamento, Usera y Puente de Vallecas.

Más de la mitad de los vendedores ambulantes están dados de alta en el distrito Centro, siguiéndole en número los que se localizan en los municipios del sur metropolitano.

En cuanto a las empresas que se dedican a la construcción están muy concentradas en el suroeste de la capital: distritos de Latina y Carabanchel, y en los municipios metropolitanos de Boadilla del Monte, Móstoles, Alcorcón, Leganés, Fuenlabrada, Parla y Getafe.

Una de las peculiaridades del comercio al por menor alimentario y de la hostelería de este grupo es que –salvo algunos restaurantes de tipo exótico dirigidos al grueso de la población– tiene sus destinatarios en la misma población árabe, dados sus particulares patrones alimenticios derivados de sus costumbres culturales y religiosas (carne y productos en general *halal*). Este tipo de establecimientos se localiza, por tanto, bien donde existen mayores concentraciones de población residente que demanda estos productos, bien donde se ubican servicios a los que acuden a diario o con frecuencia (mezquitas, centros culturales islámicos y baños).

En la capital, la mayor concentración de sus comercios está en el céntrico barrio de Embajadores, donde se ha ido ampliando su variedad tomando como base el movimiento que genera la venta al por mayor y ambulante. Carnicerías halal, teterías, pastelerías y bazares surten de productos típicos no sólo a la población que allí reside, sino a todos los vendedores ambulantes que se allegan para surtirse de género. Al centro de Madrid le sigue en importancia el eje septentrional que une Cuatro Caminos a Peñagrande, zona de residencia de mucha población magrebí y donde se localiza una de las mezquitas más importantes de la capital.

La misma diversificación que hemos encontrado en el grupo anterior, la hallamos entre los procedentes de Extremo Oriente, si bien en actividades diferentes: restauración y hostelería con predominio de los restaurantes de un tenedor (46%), comercio mixto o integrado (13%), comercio al por menor no alimentario (12,4%), industrias “ligeras” (7,8%) y comercio al por menor alimentario (5,4%).

La distribución espacial de estas empresas es similar a la del grupo anterior (Mapas 5 y 6): el sur metropolitano, Alcalá de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcobendas; y, en el municipio de Madrid, la Almendra Central y los distritos del sur.

El comercio mixto o integrado se refiere a los pequeños establecimientos que venden toda clase de artículos, incluyendo alimentación y bebidas. Es frecuente hallar una mezcla de alimentación exótica procedente del continente asiático y los productos corrientes que pueden encontrarse en cualquier supermercado, amén de artículos de regalo (jarrones chinos, estatuas, etc.) y artículos de menaje orientales. La clientela de estos establecimientos es, en muchas ocasiones, mixta, a juzgar por la forma en que está señalado el género –en chino y en castellano–, y es un tipo de negocio relativamente reciente entre los asiáticos. Se localiza sobre todo en la ciudad de Madrid (también muy disperso por todos los barrios), el sur metropolitano (Móstoles, Alcorcón, Leganés, Getafe y Parla) y los municipios del corredor del Henares, siendo un aspecto a destacar su ausencia fuera del Área Metropolitana. Todo ello apunta a una localización predominantemente urbana, en concreto en municipios con más de 30.000 habitantes.

Entre el comercio al por menor no alimentario predomina el tipo de establecimiento popularmente denominado “todo a cien” y los negocios mixtos que venden al por mayor y al por menor, tanto a los vendedores callejeros como a las tiendas. Muchos de éstos son importadores y dependen directamente de las casas productoras de los artículos que ofertan. Se localizan, fundamentalmente, en el barrio de Embajadores.

La industria predominante es la confección en serie de cualquier tipo de prendas de vestir y de complementos, localizándose el 85% en los distritos meridionales (Arganzuela, Latina, Carabanchel, Villaverde y Puente de Vallecas), estando el resto situado en el centro urbano y el barrio de Cuatro Caminos.

El colectivo de inmigrantes latinoamericanos es el que presenta una mayor diversificación en las actividades, correspondiendo las tres cuartas partes a las siguientes: restauración y hostelería (18%), construcción (13,3%), reparaciones y transportes (11,8%), comercio al por menor no alimentario (9,8%), venta ambulante (7,9%) y comercio al por menor alimentario (7%).

Es el grupo que cuenta con mayor tradición empresarial en nuestro país. Inicialmente fueron los argentinos y los chilenos los que se instalaron, comenzando su actividad con la venta ambulante en diferentes mercados. Sus empresas no sólo crecieron hasta crear importantes firmas de importación y venta al por mayor, sino que evolucionaron hacia otras actividades. Al poseer la

gran mayoría cierto capital y formación universitaria, pudieron crear pequeños negocios autónomos, principalmente, clínicas dentales, gabinetes de psicología, clínicas de estética y asesorías jurídicas (Herranz, 1996).

Los colmados o tiendas de alimentación para abastecer a la población latinoamericana con productos de sus tierras suelen ampliar el abanico de productos que ofertan: sus preferencias se dirigen a los productos alimenticios de todo el continente latinoamericano, aunque también se puede encontrar en ellos vídeos musicales, cintas de música, artesanía o productos de cosmética y droguería. Los dominicanos son los más emprendedores en estos negocios, así como en las peluquerías afrocaribeñas, en las tiendas de ropa recién importada con la última moda norteamericana y en las tiendas de música latina. Uno de los barrios más característicos en este sentido es el de Bellas Vistas, al oeste de Cuatro Caminos, donde un pequeño núcleo de habitantes dominicanos aprovechó la accesibilidad y buenas comunicaciones del barrio para impulsar, a principios de los años noventa, una primera red de tiendas dominicanas. El efecto atracción de nuevos compatriotas y comercios fue inmediato.

Si los dominicanos parecen ser los más interesados en paliar las necesidades más tradicionales o más “étnicas”, relativas a la alimentación y al ocio, los colombianos, los chilenos y los peruanos se han introducido en el sector que se dedica a mitigar las necesidades propias de los extranjeros que habitan en tierra foránea. Éstas se refieren, sobre todo, a la comunicación: periódicos, agencias de viajes y *couriers* o agencias remesadoras. Asimismo, además de dedicarse al envío de las remesas, desempeñan un gran papel en la importación de productos alimenticios desde sus países de origen (aunque en pequeñas cantidades), para luego distribuirlos en restaurantes, pequeños comercios y a particulares. La mayoría de estas empresas, incluso, vende billetes de avión, organiza fiestas populares y hace las veces de locutorio telefónico. Existen dos grandes ejes y aledaños donde se concentran este tipo de negocios: Gran Vía, Plaza de España, Plaza de Callao y Princesa.

Visto este panorama general de Madrid, esbozado a partir de la fuente del Impuesto de Actividades Económicas y del trabajo de campo, presentamos a continuación uno de los casos de estudio y las principales reflexiones sobre las estrategias espaciales y comerciales de estos comerciantes (en algunas ocasiones idénticas a las de cualquier comerciante) y sobre las consecuencias espaciales y sociales que estas concentraciones de comercios tienen.

Estudio de caso: Lavapiés

Después de diseñar este panorama general mediante el trabajo de campo y las altas en el IAE, clasificamos estos negocios en dos categorías con el fin de ayudarnos en la elección de las zonas de estudio ya que se pretendía analizar dos casos contrastados.

Por un lado, están los negocios dedicados a satisfacer una serie de necesidades directas de esos grupos, ya sean las intrínsecas (alimentación, religión, u ocio), ya sean las nuevas derivadas de su condición de inmigrantes foráneos (comunicación con su tierra, envío de remesas, asesoramiento jurídico, o aprendizaje de la lengua). Por otro lado, están los que se crearon como consecuencia de su penetración en algunas ramas de la actividad económica (la construcción y la venta al por mayor de productos de importación que abastece a la venta ambulante serían dos ejemplos).

Elegimos dos zonas de estudio en el área central del municipio de Madrid: el barrio de Embajadores (y, más concretamente, Lavapiés), en el distrito Centro, especializado en la venta al por mayor y donde se concentra el mayor número de establecimientos en general; y el barrio de Cuatro Caminos (Bellas Vistas), en el distrito de Tetuán, el centro comercial dominicano más importante en la región de Madrid.

Esta última zona, desde Cuatro Caminos a ambos lados del eje de Bravo Murillo, se especializó en comercios y servicios de dominicanos para dominicanos, en un principio, ampliándose al resto de nacionalidades más adelante.

Es un barrio con población envejecida, de baja renta, parque de viviendas y de locales degradado, en procesos de rehabilitaciones puntuales, con tradición comercial entorno al eje de Bravo Murillo y declive de la actividad en las áreas alledañas. También en él se han ido asentando poblaciones foráneas (casi 25% en 2003), mayoritariamente latinoamericanos (a mediados de los años noventa, dominicanos; hoy, ecuatorianos), seguidos, de lejos, por los marroquíes y las filipinas.

La peculiaridad de esta concentración comercial es que ha ido paralela a la concentración de residentes dominicanos y latinoamericanos en general. En este caso predominó más la elección de la zona por ser un punto de ruptura del transporte de las trabajadoras del servicio doméstico y con excelentes comunicaciones. Hoy en día es uno de los puntos de atracción para muchos latinoamericanos que se quieren sentir como en casa ya que abundan los colmados, las peluquerías, los locutorios, las remesadoras, las tiendas de moda, los bares y restaurantes, etc. A continuación vamos a exponer más detalladamente el caso de Lavapiés.

Lavapiés: del deterioro a la revitalización

Ocupando una ladera de acusada pendiente se extiende uno de los barrios más populares del centro de Madrid, antiguamente barrio arrabal del extremo de la ciudad, como describe en *La forja de un rebelde* Arturo Barea en el capítulo de su infancia en Madrid a principios de siglo XX.

“LAVAPIÉS. Madrid terminaba allí entonces. Era el fin de Madrid y el fin del mundo. Allí empezaba el mundo de las cosas y de los seres absurdos. La ciudad tiraba sus cenizas y su espuma allí.

La nación también. Era un reflujo de la cocción de Madrid del centro a la periferia y un reflujo de la cocción de España, de la periferia al centro. Las dos olas se encontraban y formaban un anillo que abrazaba la ciudad. En aquella barrera viva sólo entraban los iniciados, la Guardia Civil y nosotros, los chicos. Barrancos y laderas de espigas eternamente amarillas, siempre secas y siempre ásperas. Humos de fábricas y regueros de establos malolientes. Pegujales de tierra aterronada, negra y podrida, arroyos sucios y grietas reseca, árboles epilépticos y espinos y cardos hostiles, perros flacos de costillas en punta, palos de telégrafo polvorientos, con las tazas de cristal rotas, cabras comedoras de papel viejo, botes de conserva vacíos y roñosos, chozas hundidas de rodillas en la tierra. Gitanos con las patillas en hacha, gitanas de faldas de colorines manchadas de mugre, mendigos de barbas y piojos espesos.

En sus casas construidas como galerías de cárcel, con sus pasillos abiertos al aire y su retrete común, una puerta y una ventana por celda, viven el albañil, el herrero, el carpintero, el vendedor de periódicos, el ciego de la esquina, el arruinado, el trapero y el poeta. Y en el patio empedrado de cantos redondos, con una fuente goteando en medio, se cruzan todas las lenguas del mismo idioma: la atildada del señor, la desgarrada del chulo, el argot del ladrón y el mendigo, la rebuscada del escritor en ciernes” (Barea, 1977, pp. 108-110).

Lavapiés, junto a la zona del Rastro, forma el corazón del barrio de Embajadores. Es un trapecio limitado al norte por las calles Duque de Alba y Magdalena, al este por Ave María y Valencia, al sur por las Rondas de Valencia y Toledo y al oeste por la calle de Embajadores.

Toda la zona ha estado sufriendo a lo largo de los años un triple deterioro: demográfico (envejecimiento de la población), urbanístico (parque inmobiliario degradado, rozando el chabolismo vertical) y económico (falta de equipamientos e infraestructuras en general, abandono y cierre de muchos locales comerciales -24% en el año 2000-).

Este triple deterioro se ha empezado a detener durante la última década del siglo XX gracias a los siguientes factores. En primer lugar, el asentamiento de otros grupos de población ha detenido el envejecimiento demográfico: jóvenes que buscan un modo de vida, de consumo y de ocio alternativo (es la zona donde más se ha desarrollado la ocupación, la creación de Centros Sociales Autogestionados y el desarrollo de todo tipo de asociaciones y de redes ciudadanas); jóvenes profesionales de clase media, *yuppies*, que se asientan en los pisos rehabilitados y que eligen el centro como modo de vida; y población inmigrante de todas las nacionalidades (30% en 2003). Son estos últimos los que aportan juventud e infancia al barrio y a sus escuelas: casi el 40% de la población en edad escolar (menores de 16 años) en el año 2003 era de origen extranjero.

En segundo lugar, el trapecio que ocupa Lavapiés fue declarado Área de Rehabilitación Preferente en 1997. No cabe duda de que esto va a suponer para el barrio un importante lavado de cara. Sin embargo, no sólo hay que destacar la ralentización de la marcha del Plan previsto

(hasta ahora sólo se ha logrado erradicar un 20% de chabolismo vertical y el Plan dura hasta el 2006), sino también el hecho de que se haya contado muy poco o nada con las entidades ciudadanas que trabajan por el barrio a la hora de proyectar las escasas actuaciones urbanas en los espacios comunes. Decimos escasas ya que realmente la mayor parte consiste en actuaciones arquitectónicas de rehabilitación de fachadas y edificios (programas de adecuación arquitectónica con subvención pública directa sobre la fachada o programas de adecuación privada donde se subvenciona a fondo perdido a las comunidades de propietarios).

El tercer factor revitalizador de la zona en la última década del siglo XX ha sido la reanimación comercial que ha provocado la apertura (en venta y alquiler) de numerosos comercios de extranjeros; aunque es también muy discutido ya que la mayor parte de los comercios implantados son al por mayor, lo que no favorece el aprovisionamiento diario y genera muchas molestias por las cargas y descargas. Veamos a grandes rasgos la caracterización comercial de la zona.

El barrio de Embajadores ha sido tradicionalmente un barrio comercial, con predominio del comercio minorista de proximidad, aunque también cuenta con zonas más especializadas como la del Rastro, entramado del comercio de antigüedades y quincallería payo y gitano.

En las décadas de deterioro urbanístico, económico y demográfico que describíamos más arriba (unido a una época muy dura de distribución de droga, prostitución y criminalidad), este comercio tradicional de proximidad fue cerrando, quedando un paisaje desolador. Aunque se han mantenido los dos mercados municipales, el de Antón Martín y el de San Fernando, este vacío ha sido aprovechado para implantarse en la zona las grandes superficies (Champion, Lidl, DIA, etc.).

Lo que ha supuesto una verdadera transformación ha sido la expansión del comercio mayorista, aprovechando un núcleo existente en la plaza de Tirso de Molina. Según Yolanda Herranz, los primeros extranjeros que se instalaron en la zona de Embajadores, como mayoristas, fueron los argentinos, a finales de los años setenta. A lo largo de los ochenta empieza la concentración de mayoristas en el eje Tirso de Molina-Amparo.

Hoy todavía esta zona supone la mayor concentración de establecimientos comerciales, de servicios y de ocio dirigidos por y para inmigrantes extranjeros de Madrid. En 1996, según el Censo del IAE y el trabajo de campo existían 280 establecimientos (61% de mayoreo, 19% restauración, 13% de comercio minorista y 7% de varios).

Aunque la población extranjera residente predominante es la ecuatoriana, seguida de la colombiana y marroquí, existe una gran variedad de nacionalidades en el comercio: chinos, bangladeshíes, marroquíes, senegaleses, dominicanos, ecuatorianos, peruanos, españoles e indios. Aunque es la comunidad china la que ha experimentado mayor crecimiento en la adquisición de locales, tampoco se han quedado lejos, en los últimos años, los comerciantes bangladeshíes y los senegaleses, en segundo lugar.

Aquí se localizan las dos tipologías comerciales que mencionábamos más arriba. Se ha creado, por un lado, un entramado comercial entorno a la venta al por mayor y a la venta ambulante; y, por otro, han surgido toda una serie de comercios y servicios destinados a satisfacer las necesidades de consumo de esta nueva población residente o de paso (peluquerías, tiendas de alimentación, locutorios, bares, restaurantes, carnicerías halal, etc.).

Aunque se siguen abriendo muchos establecimientos nuevos, el perímetro espacial comercial de la venta al por mayor del barrio no se ha ampliado y la densificación no ha sido tanta como la que podría esperarse a finales de los años noventa. Todavía existe un importante número de locales en espera de ser adquiridos. También es interesante subrayar que se han abierto muchos establecimientos en otras zonas de Madrid, tanto en la capital como en el resto de municipios (Aluche, alrededores del Paseo de Extremadura, Ciudad Lineal, Vallecas, Usera, Villalba, Boadilla, etc.). Algo tienen que ver en esta tendencia el nuevo “plan de choque” del alcalde de Madrid, Alberto Ruiz Gallardón, para limitar la expansión del comercio mayorista en el centro urbano y desplazarlos a los polígonos industriales.

También hay que destacar que, en los últimos años, el comercio de tipo comunitario³ ha cobrado también mucho protagonismo; destacando, por encima de todos, los establecimientos en los que se simultanean diferentes productos o servicios: locutorios, peluquerías, tiendas de alimentación. Las nacionalidades que predominan en este comercio comunitario son marroquíes, bangladeshíes y senegaleses

Además, en estos últimos años, reaparece el comercio banal. Mucho pequeño comercio de alimentación dirigido por autóctonos fue cerrando al cambiar las características del barrio; hoy, son muchos los extranjeros que abren este tipo de tiendas, sobre todo los senegaleses.

Las concentraciones comerciales de extranjeros

A partir de una serie de entrevistas en profundidad a los propietarios de los negocios, los empleados y los vendedores ambulantes, y de un exhaustivo trabajo sobre el terreno dirigido a inventariar los establecimientos y a observar la dinámica general del espacio, pudimos entresacar los primeros resultados sobre las causas y las condiciones de esas concentraciones comerciales, así como sobre el papel de éstas en la creación de nuevas centralidades a todas las escalas, planteándonos la posibilidad de estar ante una nueva vía de integración socioespacial.

³ Una de las variables que utilizan Ma Mung y Simon (1990) para clasificar los negocios de los inmigrantes es el tipo de clientela. Así, son *exóticos* cuando venden productos exóticos para una clientela nacional, *comunitarios*, cuando venden productos específicos para un grupo étnico vasto y *banales*, cuando venden productos corrientes, sin distinciones étnicas.

Las concentraciones de comercios y servicios de extranjeros responden a una serie de estrategias tanto comerciales como espaciales. Dentro de las comerciales, podrían enumerarse las siguientes.

Cada propietario ha creado sus redes de clientes en España y en Europa por referencias o amigos. Gran parte de la red se forja cuando todavía se trabaja de vendedor ambulante y no tienen porqué coincidir con el origen étnico. Se han llegado a formar verdaderas redes de confianza comercial entre compañeros de venta ambulante de diferentes nacionalidades que, a la hora de establecerse como propietarios de un negocio se alían o recurren a la ayuda. Así, aunque no es mayoritario, no es difícil ver establecimientos regentados por senegaleses y bangladeshíes o por españoles y senegaleses, por ejemplo.

Estos establecimientos sirven no sólo de punto comercial sino de punto de encuentro y de reparto de información para el resto de los compatriotas. Hay que tener en cuenta que el desplazamiento a otro país genera cierto grado de desconexión con los que allí se quedaron; además en los primeros momentos de la inmigración se carece normalmente de dirección y teléfono fijos debido a la dificultad de encontrar vivienda; y muchas veces se utiliza esa dirección o teléfono para recibir llamadas o cartas.

Se favorece la creación de redes de apoyo entre ellos por el préstamo de dinero y de mercancías, el asesoramiento comercial para los recién incorporados a la actividad, la creación de sociedades de capital mixto con nativos españoles o con otros nacionales y la colaboración a la hora de presentar avales o alquilar locales. Muchos entrevistados vendedores ambulantes y propietarios de tiendas coincidían en afirmar que, gracias a la ayuda y apoyo de los compatriotas que poseían una tienda o negocio, pudieron sobrevivir los primeros tiempos e, incluso, prosperar en el negocio.

Normalmente suelen ampliar la clientela desde los inicios del negocio con el fin de no limitar el mercado. Esta ampliación puede ir dirigida a inmigrantes de otras nacionalidades con unas necesidades iguales o parecidas, o a la población española, ofreciendo, junto a una oferta de productos exóticos (cada vez más reclamados gracias al pujante turismo internacional), una serie de productos de primera necesidad, un conjunto de servicios más baratos y un horario comercial más flexible.

También suelen diversificar las actividades y las funciones con el fin de ofrecer al cliente en un mismo espacio una gran variedad de productos y servicios facilitando los “desplazamientos multipropósito” para optimizar el tiempo dedicado a la compra y la realización de gestiones (Casares y Rebollo, 1996): peluquería/locutorio/venta de billetes de avión; agencia de viajes/importadora; bar/colmado; venta al por mayor/al por menor/importadora; “todo a cien”/tienda de alimentación.

Esta diversificación de actividades en un mismo local genera, a la vez, un gran ahorro en luz, personal, alquiler, etc.

En cuanto a las estrategias espaciales que favorecen la concentración de comercios y servicios, podemos enumerar las siguientes:

Se buscan los precios más bajos de alquiler de locales, circunstancia que se da en zonas deterioradas del centro urbano que están sufriendo un proceso de abandono previo a la renovación urbana. Suelen ser zonas comerciales tradicionales ya degradadas que están siendo objeto de revitalizaciones puntuales en los grandes ejes pero cuyas calles adyacentes no son atractivas desde el punto de vista comercial (López de Hoyos, Bravo Murillo, Tirso de Molina, Embajadores).

En cuanto a la comunicación, se necesitan zonas con buena accesibilidad y comunicaciones, sobre todo en transporte urbano colectivo, que, además, coincidan con zonas de ruptura de transporte de los trabajadores inmigrantes extranjeros (donde suelen hacer los trasbordos más frecuentes).

Se busca la proximidad a la clientela residente y a la de paso; y la proximidad a otros servicios y a otros comercios similares o complementarios. Por ejemplo, cerca de todas las mezquitas y centros culturales islámicos de Madrid existe una carnicería musulmana y, a veces, hasta una tetería y una peluquería, aunque no resida mucha población musulmana en la zona.

En la introducción avanzábamos dos hipótesis que queríamos verificar. En primer lugar, decíamos que estas concentraciones de comercios y servicios extranjeros provocaban cierta “revitalización” social, económica y espacial de algunas zonas degradadas de la urbe hasta el punto de crear otro tipo de centralidades urbanas.

Así tras el trabajo de campo, hemos observado cierta revalorización comercial de la zona al aumentar los precios de los alquileres de los locales. De un paisaje comercial de locales comerciales cerrados o de baja renta se pasa a la creciente dificultad por encontrar locales. En el caso de la revitalización comercial de Lavapiés hay que señalar la dificultad que entraña el que estos comercios sean de venta al por mayor, ya que esta actividad tiene muchos inconvenientes para los vecinos (atascos por cargas y descargas, suciedad, acumulación de cajas y basura en las aceras, desaparición del comercio de proximidad). Pero sería injusto achacar estas molestias a los inmigrantes –como se lee normalmente en la prensa– y no hacerlo a quién realmente tiene la responsabilidad final de la concentración de cualquier tipo de actividad al dar las licencias de apertura de cualquier local.

Se está creando otro tipo de centralidad urbana. En el caso del entramado del mayoreo en el barrio de Embajadores, es una centralidad a escala local urbana, nacional e internacional, puesto que de todo el mundo llegan vendedores ambulantes y “semimayoristas” a comprar género al barrio de Lavapiés. Este micro espacio se ha incorporado a la red mundial del mayoreo. Cada grupo tiene sus redes y sus rutas. Hasta hace poco, por ejemplo, la de los marroquíes afincados en el barrio de Belsunce, en Marsella, estaba constituida por otros barrios similares en Bruselas, París, Lyon y Barcelona, siendo el barrio marsellés el punto central de toda la red

(Tarrius, 1996). El siguiente extracto de una entrevista a un vendedor ambulante senegalés es muy revelador:

“Los que se mueven mucho en este tipo de actividades son los senegaleses. Tienen una conexión en Nápoles, en Nueva York y en París. Pero hay ahora hay no sé una contracorriente ¿no? Esta mañana he encontrado muchos amigos que vienen de París para comprar género aquí para traer allí. Es que bueno hay mercancías que hay aquí que vienen de África, de Asia y de América Latina que no lo hay en París. Entonces muchos vienen por aquí, pero son también senegaleses la mayoría que vienen aquí. Que no son tanto grandes por su capital, pero que tienen bastante, un poco de dinero, que pueden traer hasta un millón de pesetas y gastarlo aquí y llevar la mercancía allí. Es que también antes el lugar del comercio al por mayor era Valencia y Barcelona. Ahora creo que es Madrid La gente no va mucho más, va menos en Valencia y Barcelona. Es que Madrid tiene un poco el privilegio en el centro de España. Entonces vienen de Sevilla, vienen de Barcelona, vienen de Galicia, vienen del País Vasco. Yo creo que dentro de pocos años va a ser el mejor centro del comercio. Tiene mucho futuro en eso”.

En el otro caso de estudio, la concentración de comercios dominicanos en Cuatro Caminos, se trata de una centralidad a escala urbana y metropolitana, de numerosas zonas de Madrid y de su corona metropolitana llegan dominicanos y de otras nacionalidades latinoamericanas para poder disfrutar de los productos de su tierra, de los servicios que necesiten y del ocio.

La segunda hipótesis trataba de la integración, decíamos que estas concentraciones de negocios podían ser un instrumento útil para otro tipo de integración. Al contrario de lo que pregonan muchos, este tipo de comercios no ha echado a la población autóctona de sus barrios. En todas las zonas de concentración de servicios y comercios de los extranjeros, la población autóctona sigue siendo mayoritaria.

En poco tiempo los comercios tienden a hacerse “mixtos” en cuanto a la clientela y los autóctonos suelen hacer uso de los diferentes servicios ofrecidos y comprar en ellos. Lo más significativo es la adopción de nuevos productos por parte de los comercios tradicionales que todavía se mantienen. Efectivamente, es muy frecuente encontrar tanto en los pequeños comercios tradicionales que todavía subsisten como en las grandes superficies de nueva creación toda una serie de productos “exóticos” para satisfacer el consumo de los extranjeros. Además, en muchas tiendas se emplea a jóvenes españoles del barrio.

Los propietarios tienen un papel importante como integradores en su propia comunidad: apoyos económicos a los recién llegados, a los nuevos empresarios, iniciativas y apoyos económicos para la creación de asociaciones, etc. Aunque tampoco hay que idealizar esta situación de solidaridad y de colaboración, ya que también existen casos de muchos propietarios que tienen un verdadero control sobre un grupo de gente, la mayoría sobre vendedores ambulantes sin papeles, llegando a veces a la dependencia y al clientelismo.

Los emprendedores juegan también un papel de intermediarios entre su colectivo y el resto de la población. Muchos propietarios de establecimientos manifestaron en las entrevistas que los vecinos del barrio les veían mejor a ellos que a sus compatriotas por el solo hecho de poseer un negocio.

Conclusiones

En síntesis, los colectivos más representados entre los trabajadores por cuenta propia⁴ a finales de los años noventa eran el chino, el marroquí y el argentino; pero los que crecieron más rápidamente fueron el peruano, el senegalés y el polaco. Las ramas en las que la mayoría prefirió abrir un negocio fueron el comercio al por menor y la hostelería; aunque con el transcurrir del tiempo se ha ido diversificando la actividad emprendedora en la estructura empresarial, cobrando mayor fuerza sectores como el de la construcción, la industria textil o el comercio mixto.

Si nos centramos en los cuatro grandes grupos de nacionalidades que creamos a partir del análisis de las estadísticas del Impuesto de Actividades Económicas, esta diversificación es mayor. En el siguiente cuadro reflejamos lo que suponen las tres cuartas partes de los autónomos de cada grupo que se dan de alta en el Impuesto de Actividades Económicas:

CUADRO I			
ACTIVIDAD ECONÓMICA DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS POR ORIGEN			
África negra	Magreb y Mashrek	Extremo Oriente	Latinoamérica
Venta Ambulante	Venta Ambulante	Restauración	Restauración
	Construcción	Comercio mixto	Construcción
	Restauración	Comercio no alimentario	Reparaciones y Transportes
	Comercio alimentario	Industria de la confección	Comercio no alimentario
			Venta Ambulante
			Servicios Personales

En un extremo, los africanos subsaharianos reflejan una gran concentración en una sola actividad: el 75% de sus autónomos está dado de alta en la venta ambulante. Actividad que se caracteriza por ser la más accesible para los inmigrantes extranjeros recién llegados (desconocimiento del idioma, del país de recepción, escasa cualificación y gran flexibilidad). En el otro extremo,

⁴ Según las estadísticas de los Permisos de Trabajo (por cuenta propia) del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

la estructura de la actividad emprendedora de los latinoamericanos refleja, en primer lugar, su gran heterogeneidad como grupo, y, en segundo lugar, la gran diversidad de actividades creada a partir de muchos lustros de permanencia en España. Entre ambos extremos se encuentran los naturales del Magreb y Mashek y los del Extremo Oriente, con el mismo grado de diversificación, pero con unos tipos de actividades que demuestran trayectorias diferentes. Entre los primeros se observa que existen varios grados de asentamiento. Por un lado están los que llevan muchos años en España que se han volcado más hacia actividades emprendedoras que respondían ya sea a un aprendizaje del oficio en el que se insertaron como mano de obra al llegar (construcción), ya sea a unas necesidades de consumo de su propio colectivo (comercio y restauración). Por otro lado, los autónomos dados de alta en la venta ambulante siguen siendo importantes debido a que no deja de aumentar el flujo de llegada a España. Entre los segundos, las actividades empresariales que predominan son aquellas que se dirigen, fundamentalmente, a la población en general: restauración y comercio no alimentario. Además de ser los únicos que abren pequeños talleres industriales de confección.

La mayor parte de estas pequeñas empresas (véase los mapas) está muy dispersa por el territorio madrileño, siguiendo la misma pauta de localización de los propios colectivos de inmigrantes extranjeros que analizamos al principio. No existen grandes concentraciones de extranjeros a partir de las cuales se hayan creado conglomerados de empresas y barrios étnicos, como ocurre en muchas ciudades francesas o inglesas.

En las zonas de máxima concentración que disfrutamos en Madrid –como pueden ser los casos de estudio elegidos: Embajadores y Bellas Vistas– en ningún momento se observó una tendencia hacia la exclusión o la segregación, sino hacia todo lo contrario, la integración –si entendemos como integración todo proceso que tienda a igualar las condiciones de vida y de oportunidades de los recién llegados a la de los autóctonos y no como un “simple” proceso de inserción en un mercado laboral no deseado por los nacionales y de invisibilización en el resto del espacio urbano–.

Además, después de realizadas varias entrevistas, observamos que estos emprendedores son conscientes de tener un papel fundamental en la consolidación de sus comunidades. Entre algunos el papel es simplemente económico (por convertirse en un soporte seguro al que poder acudir en caso de necesidad), entre otros esto se extiende a lo político (apoyos económicos a partidos políticos de sus países e iniciativas para la creación de asociaciones en España) y a lo social, al convertirse en intermediarios entre el colectivo y el resto de la sociedad.

En cuanto a lo que suponen para el espacio en el que asientan, por un lado, se observó la “revitalización” de la zona (en los dos casos estudiados). Con ello no queremos decir que se hayan convertido en zonas muy revalorizadas y de alto nivel. Se vuelven a activar como zonas comerciales.

Por otro lado, se genera, a partir de estos negocios, otro tipo de centralidades comerciales. En Embajadores, el entramado del mayoreo que provee a la venta ambulante es una actividad que funciona a partir de las redes comerciales nacionales e internacionales. Se ha creado una red de mayoreo en todo el mundo a la que se ha incorporado Lavapiés. De todo el mundo llegan vendedores ambulantes y “semimayoristas” a comprar género al barrio de Lavapiés. Quizá todo este comercio pueda parecer marginal, pero hay que tener en cuenta que un vendedor ambulante también puede movilizar importantes cantidades de dinero. Se responde a una demanda cada vez más creciente de productos destinados a otro tipo de consumidores. Responde a la paralela dualización del consumo. Es la otra cara de la globalización.

Bibliografía

- BAREA, A. (1977) *La forja de un rebelde*. Madrid. Turner.
- BARRETT, G., JONES, T. y MC EVOY, D. (1996) “Ethnic Minority Business: Theoretical Discourse in Britain and North America”. *Urban Studies*, 33 (4-5): 738-809.
- BATTEGAY, A. (1996) “Le migrant acteur, la migration comme activité”. *Villes et Territoires*, vol. 8, pp. 55-70.
- BUCKLEY, M. (2000) “Amos del Universo y Aves de paso en la conformación del centro urbano”, en *Lecturas geográficas. Homenaje a José Estébanez Álvarez*. Homenajes de la Universidad Complutense, Madrid. Editorial Complutense.
- BUCKLEY, M. (1998) “Inmigración y comercio en Madrid. Nuevos negocios para nuevas gentes”. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, vol. 18, pp. 283-297.
- CASARES, J. y REBOLLO, A. (1996) “Innovación y adaptación en distribución comercial. Ideas nuevas en odres viejos”. *Distribución y consumo*, nº. 27, pp. 7-25.
- DIJST, M. y KEMPEN, R. (1991) “Minority business and the hidden dimension: the influence of urban contexts on the developments of ethnic enterprise”. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 82 (2): 128-138.
- HERRÁNZ GÓMEZ, Y. (1996) “Formas de incorporación laboral de la inmigración latinoamericana en Madrid. Importancia del contexto de recepción”. Tesis doctoral. Inédita.
- KESTELOOT, C. (1990) “Bon marché et faciles à l’emploi: le rôle économique des quartiers immigrés”. *Contradictions*, 58-59.
- LIGHT, I. y BONACICH, E. (1998) *Immigrant Entrepreneurs. Koreans in Los Angeles. 1965-1982*, Berkeley: University of California Press.
- MA MUNG, E. (1992) “Dispositifs économiques et espaciales: éléments d’une économie de diaspora”.

Revue Européenne des Migrations Internationales, 8 (3): 175-191.

MA MUNG, E. y SIMON, G. (1990) *Commerçants maghrébins et asiatiques en France*, Paris: Masson.

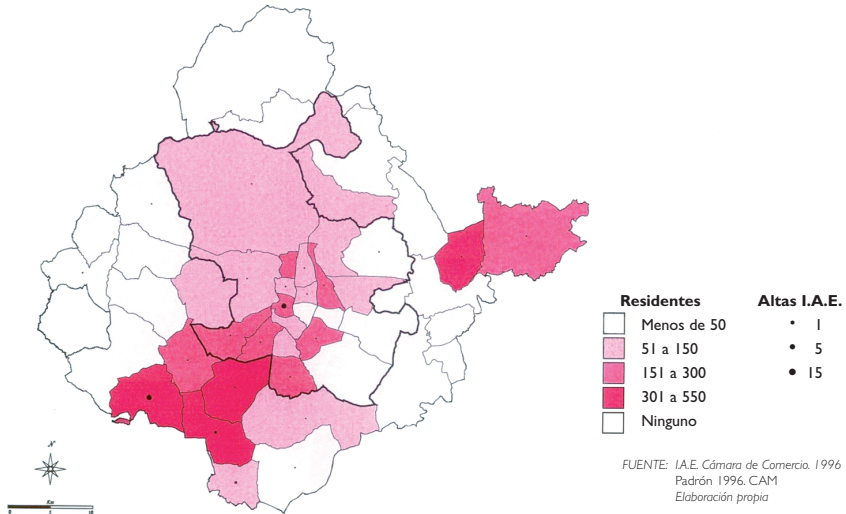
PERALDI, M. y PERRIN, E. (1996) "Une grille de questionnement exploratoire". *Villes et Territoires*, vol. 8, pp. 13-33.

TARRIUS, A. (1996) "Naissance d'un dispositif commercial international arabe de type colonial dans la France contemporaine". *Villes et Territoires*, vol. 8, pp. 71-96.

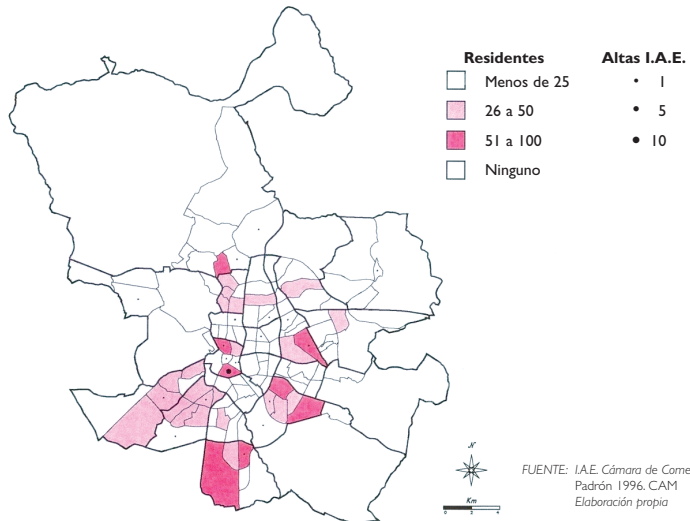
TOUBON, J.-C. y MESSAMAH, K. (1990) *Centralité immigrée. Le quartier de la Goutte D'or. Dynamiques d'un espace pluri-ethnique: succession, compétition, cohabitation*, Paris: L'Harmattan-CIEMI.

WALDINGER, R., ALDRICH, H. y WARD, R. (1990) *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Londres: Sage.

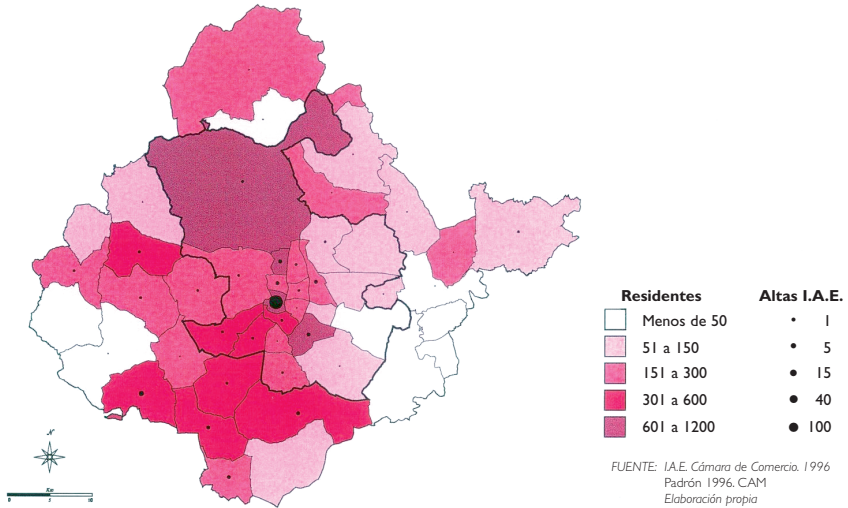
MAPA 1
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL ÁFRICA NEGRA



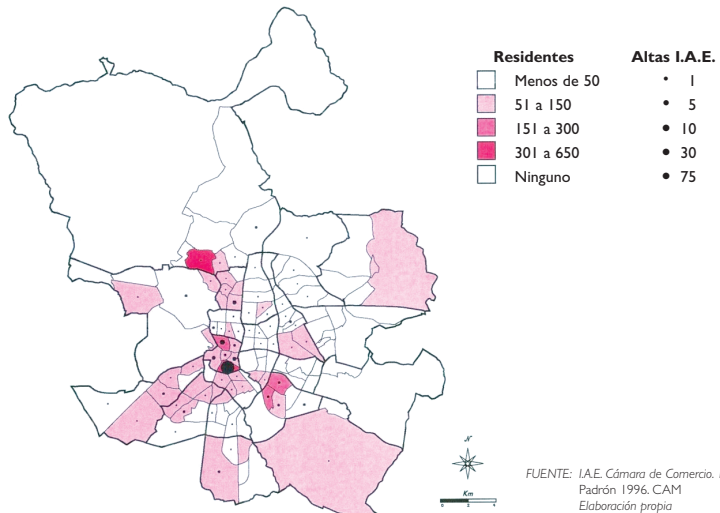
MAPA 2
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL ÁFRICA NEGRA EN EL MUNICIPIO DE MADRID



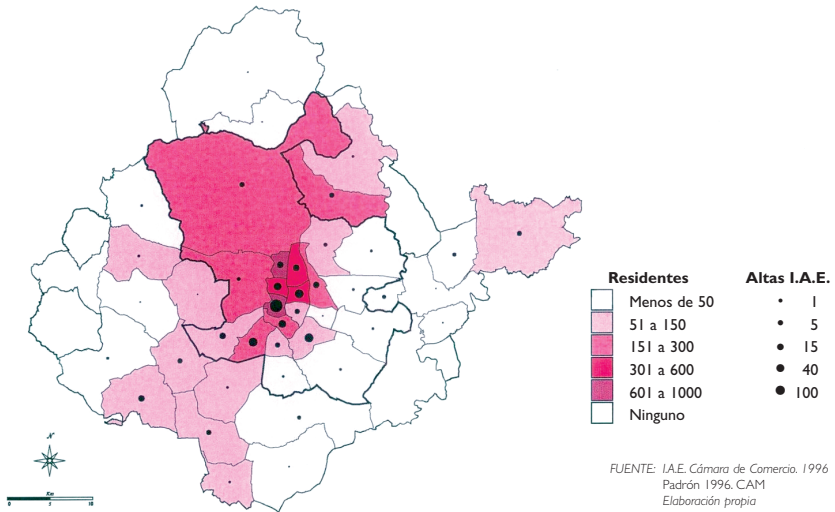
MAPA 3
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL MAGREBY MASHREK



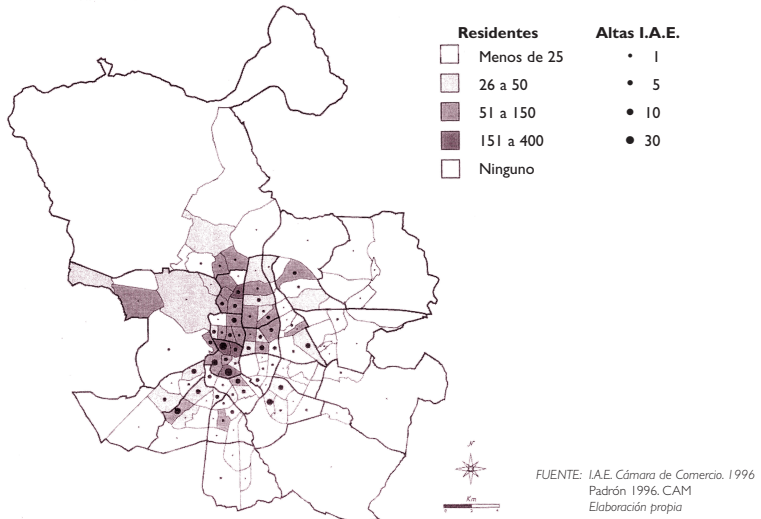
MAPA 4
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL MAGREBY MASHREK EN EL MUNICIPIO DE MADRID



MAPA 5
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL EXTREMO ORIENTE



MAPA 6
RESIDENTES Y EMPRESARIOS DEL ORIENTE MEDIO EN EL MUNICIPIO DE MADRID



Iniciativas comerciales inmigrantes en un contexto urbano en transformación: el caso de Ciutat Vella (Barcelona)

Jordi Moreras

Introducción: un contexto urbano en transformación

Ciutat Vella, como tantas otras zonas urbanas de capitales europeas en donde la presencia inmigrante adquiere una notoriedad fuera de toda duda, se ha convertido, sin que, quizás, sus gestores políticos y residentes lo hubieran deseado, en laboratorio de análisis de una realidad social multicultural. Ello conlleva una serie de consecuencias evidentes: la primera de ellas tiene que ver con el ámbito de las percepciones. Y es que al utilizar apelativos con significados socialmente connotados (Ciutat Vella como “barrio inmigrante”), los porcentajes acaban nutriendo en este caso, incluso recuperando, percepciones que históricamente han sido elaboradas desde fuera de estos barrios. Gracias a Ciutat Vella, la ciudad de Barcelona ha podido “emplazar” la presencia inmigrante en su trama urbana. Hoy en día, ante la emergente presencia inmigrante en otros distritos de la ciudad, este argumento debería de ser reemplazado, y, no obstante, sigue estando ahí. Otra de las consecuencias que habría que contemplar es la abundancia de interés analítico que hemos proyectado en los últimos años sobre tal contexto urbano. Los barrios de Ciutat Vella están siendo analizados, del derecho y del revés, por parte de grupos de investigación que, desde muy diversas disciplinas académicas y perspectivas teóricas, interpretamos sus múltiples realidades¹.

¹ No estoy sugiriendo una revisión crítica de las investigaciones que se han llevado a cabo en los últimos años en Ciutat Vella. Algunos me parecen realmente sugerentes, y abren nuevos caminos de investigación. En especial, citaría los trabajos de Aramburu (2002) y Monnet (2002). No obstante, creo pertinente interrogarse sobre ese proceso de concentración de nuestra atención analítica, que me hace pensar que nos acabamos rindiendo a las evidencias más notorias (que no siempre son las más notables o significativas) de esta presencia inmigrante, antes de reformular aquellas atribuciones sociales que sirven para etiquetar determinados barrios frente a otros.

Teniendo presente este contexto, quiero presentar en este capítulo las principales conclusiones de un informe elaborado por encargo del Ayuntamiento de Barcelona, para determinar las dinámicas de implantación de un tejido comercial emergente², como uno de los principales indicadores visibles de tal presencia inmigrante. En cuanto indicadores también del asentamiento de las personas inmigradas, y como expresión de *transformación dentro de la transformación* (es decir, de cómo la instalación de estos colectivos se lleva a cabo paralelamente a la importante reforma interior urbana, siendo ambos, procesos de resignificación urbana), las iniciativas comerciales promovidas por comerciantes de origen inmigrante nos permiten apuntar algunas de las dinámicas sociales que se generan en un contexto urbano cambiante, en el que quizás ya tiene pleno sentido interrogarse sobre la constitución de identidades post-migratorias. Esta contribución pretende ser una primera aproximación sociográfica a la emergencia de este tejido comercial, interpretada desde un punto de vista espacial.

Iniciativas comerciales inmigrantes: de la especialización a la diversificación

El análisis del desarrollo de actividades económicas independientes en el seno de los colectivos inmigrados, ha adquirido personalidad propia en el marco de los estudios sobre inmigración en los países receptores. La emergencia del llamado “ethnic business” ha sido interpretada, no sólo como la expresión de un proceso de autonomía laboral protagonizado por inmigrantes que anteriormente trabajaban para otros empresarios, sino también como indicador del grado de asentamiento que han adoptado estos colectivos en el tejido urbano de las grandes ciudades. El estrecho vínculo que se establece entre las iniciativas empresariales individuales y los patrones de residencia que muestran los colectivos inmigrados, permitiría según Alejandro Portes (1981), interpretar el desarrollo de estas actividades económicas como uno de los modelos posibles de incorporación estructural de los inmigrantes en el mercado laboral de las sociedades receptoras. La representación idealizada de la llamada *Little Havana* en Miami, estudiada por Portes y otros autores, les permitió desarrollar la noción de “enclave étnico” para referirse a estos contextos de concentración inmigrante en donde “se organizan una serie de empresas que sirven a su propio mercado étnico y/o a la población en general” (Wilson-Portes, 1980: 140)³.

² Ese informe fue fruto de la investigación desarrollada entre enero de 2000 y junio de 2001, que permitió el establecimiento de una mapeación de los comercios regentados por personas de origen inmigrante, en las cuatro zonas estadísticas que componen el distrito de Ciutat Vella. Esta mapeación fue complementada por otras que fueron elaboradas (parcialmente) en 1996 y 1999, lo que nos ha permitido analizar la evolución de su implantación urbana. En la investigación, coordinada por Jordi Moreras desde la Fundació Cidob, participaron como investigadores Helena Marí, Laura Crous, Francesc Martínez y Miriam Drissi.

³ Para una revisión crítica de la noción de “enclave étnico”, véase Waldinger (1993).

El eje donde reposa esta interpretación de la emergencia de estas actividades, es el del factor étnico, entendido como elemento de cohesión y solidaridad que facilita su desarrollo. La idea, pues, sobre la que se concibe una “economía étnica” (Light-Karageorgis, 1994) es que se trata de una actividad económica en la que los propietarios del negocio pertenecen a un determinado colectivo étnico, así como sus empleados, y que, además, se dirige a una clientela preferente compuesta por miembros del mismo grupo de referencia (Martínez Veiga, 1997: 196). La simplicidad de esta definición, no obstante, muestra un evidente inconveniente, en cuanto que hace depender estas actividades sobre un principio de solidaridad étnica que no se dá automáticamente. Un criterio que, como indica Emmanuel Ma Mung (1996: 216) podría ser más pertinente en el análisis de estas actividades, sería no tanto la caracterización étnica de los medios de producción o de la mano de obra, sino la de la orientación de las relaciones comerciales y la determinación de su clientela. Eso nos permitiría –según Ma Mung– seguir con más detalle el comportamiento de los agentes económicos que desarrollan estas iniciativas, de cara a situarse en el marco económico de esta sociedad.

Una perspectiva más dinámica en el análisis de las iniciativas comerciales que se desarrollan en estos contextos urbanos concretos (sean éstos o no identificados como “enclaves étnicos”), nos permitiría analizar la progresión y diversificación de éstas hacia otras actividades, otros terrenos y otras clientelas. Pnina Werbner (1987) analizó la introducción de los pakistaníes en la pequeña industria textil en Manchester, mostrando las tres fases en la que discurre esta implantación: una primera, de “multiplicación horizontal”, en donde los primeros comerciantes pakistaníes se incorporaron en este sector, a través de una inversión de capital no muy elevada, aportando una experiencia en el sector adquirida en su región de origen; en la segunda etapa, de “extensión vertical”, después del periodo formativo anterior, se acumula la suficiente información sobre el mercado como para poder dar un impulso cualitativo a su negocio, en el que se contemplan diferentes actividades como la importación, la venta al por mayor, pero también al por menor o la manufactura directa; y en la tercera, que Werbner llama de “extensión horizontal”, se observa la diversificación de la inversión hacia otras actividades económicas, bien diferentes de las iniciadas hasta entonces (algunas de ellas consideradas como emergentes en el contexto económico de la sociedad receptora), lo que les permite minimizar el riesgo de invertir en una única actividad económica.

En la lectura de esta progresión de comerciante a empresario inversor que formula Werbner, el factor étnico se convierte más en recurso que no en patrón predefinido, que (de acuerdo con las definiciones habituales del concepto “comercio étnico”) puede estar presente tanto en las redes sobre las que se apoya la iniciativa comercial, como en el componente de la mano de obra, como en los canales de aprovisionamiento, como también en la determinación de la clientela preferente. En nuestro trabajo, no obstante, hacemos referencia no tanto a la cuestión

étnica sino a la nacionalidad de los promotores de estas iniciativas comerciales. Aún destacando la importancia que pueda jugar el componente étnico-nacional en las mismas, dirigimos nuestra atención a dos factores que acompañan –y que en parte pueden explicar– la emergencia de este tejido comercial: por un lado, la orientación que adoptan estas actividades comerciales, dirigiéndose preferentemente hacia unas clientelas específicas, o bien optando por una mayor diversificación en el perfil de sus potenciales clientes. Por otro, la implantación de este tejido comercial en el espacio urbano de Ciutat Vella, y la lectura que del mismo elaboran los colectivos de origen inmigrante a través de esa red de comercios. En base a ambos criterios, propondremos una definición mínima para referirnos a las *actividades comerciales desarrolladas por comerciantes de origen inmigrante (lo que no excluye que hayan podido adquirir la nacionalidad española)*, ya sean dirigidas a su colectivo de referencia (sea éste étnico, nacional o a través de una categoría más comprensiva como la de “comunidad musulmana”, por ejemplo), a la población autóctona residente en los barrios que conforman este distrito, como también a aquella población en tránsito en la ciudad (turistas) o residentes temporales (estudiantes y/o profesionales extranjeros)⁴.

Adoptar una definición mínima como esta nos permite incluir aquellas actividades comerciales que, promovidas por individuos que provienen de colectivos de origen inmigrante, ni ofrecen productos que puedan ser considerados como “étnicos” o “culturales”, ni se dirigen prioritariamente a una clientela formada por el propio colectivo del cual forma parte el comerciante. El ejemplo más evidente en el espacio de Ciutat Vella quizás sea el de los comercios de recuerdos y ropa deportiva situados en las Ramblas, que son regentados por comerciantes de origen indio (algunos de ellos ya nacionalizados) y en los que trabajan dependientes pakistaníes. También es el caso de los restaurantes chinos, presentes en el distrito así como en el resto de la ciudad, buena parte de ellos creados a través de inyecciones de capital que proviene del propio colectivo, además de utilizar a mano de obra china, si bien su orientación empresarial está claramente enfocada hacia la sociedad barcelonesa (Beltrán y Sáiz, 2001).

Estos ejemplos nos sirven para plantear el desarrollo de estrategias comerciales por parte de estas iniciativas, que se formulan tanto en el terreno de la *especialización* (es decir, en la venta de productos específicos para los colectivos de referencia), como el de la *diversificación* (incorpo-

⁴ A lo largo de este texto (como en el informe de investigación) hemos recurrido a dos conceptos que merecen ser comentados: por un lado, el de *comerciante-empresario*, aplicado a aquellas personas que han promovido estas iniciativas comerciales. La vinculación de la noción de empresario a la de comerciante quiere remarcar la orientación empresarial que aparece tras estas actividades comerciales, que en ocasiones se han convertido en el primer paso para orientar las iniciativas de estos actores hacia otros sectores económicos, significativamente alejados de aquellos en los que se situaron originalmente. Por otro, también utilizamos el concepto de *colectivo de referencia*, con el que queremos identificar al grupo o colectivo (por su origen étnico, nacional, religioso o social –servicios dirigidos específicamente a una población inmigrada, por ejemplo) al que pertenece ese comerciante-empresario, y que constituye una clientela específica a la cual dirigir sus productos y/o servicios.

rando también productos que se dirigen hacia la población autóctona, a fin de convertirlos en clientes potenciales). Ambas opciones, que no se excluyen sino que en más de una ocasión se complementan, tienen consecuencias inmediatas, ya que se encuentran condicionadas por un mercado con una creciente competencia. En la primera opción, de especialización preferente, el freno al desarrollo de estos negocios puede estar fijado por la propia demanda, ya que una mayor oferta no siempre acaba siendo absorbida por una población, la inmigrada, que en ocasiones posee una limitada capacidad adquisitiva. En lo que hace referencia a la diversificación, ofrecer productos propios para una clientela autóctona (incluso bebidas alcohólicas y derivados del cerdo en algunos supermercados regentados por pakistaníes), sirve de complemento de otros productos que sí se dirigen hacia el colectivo de referencia, pero cuya facturación sigue siendo limitada. Aquí también intervienen otros factores por parte de esta clientela autóctona que sigue adquiriendo productos que habitualmente consume (la ampliación del consumo hacia otros productos “exóticos” merecería un análisis específico), y que valora –por ejemplo– el precio más ajustado de los mismos, o que estos comercios estén abiertos hasta bien entrada la noche.

Para trazar esta perspectiva más descriptiva que analítica, partiremos del marco teórico propuesto por Waldinger, Aldrich y Ward (1990) que insiste en dos aspectos centrales para el desarrollo de estas actividades comerciales: por un lado, la *estructura de oportunidades*, o lo que es lo mismo, las posibilidades que tienen los nuevos empresarios para poder crear sus negocios, y por otro, las diferentes *estrategias étnicas* que estas iniciativas tienen a su disposición para desarrollar y mantener sus negocios. Nos centraremos en esta estructura de oportunidades, respecto a la que estos autores señalan cuatro elementos. En primer lugar, hay que contemplar las *condiciones del mercado* en donde ha de desarrollarse el propio negocio. Éste puede dirigirse preferentemente a cubrir una demanda puntual proveniente del propio colectivo inmigrado, en especial en el terreno alimentario (colmado, fruterías, carnicerías *halal*), el de servicios (locutorios telefónicos, peluquerías) y de consumo cultural (música, videos, publicaciones). Pero también pueden optar por abrir negocios en un mercado abierto, ocupando actividades económicas en decadencia o deficitarias (pequeños colmados, tiendas de ropa, frente a la proliferación de las grandes superficies comerciales) y desarrollando estrategias económicas para hacer frente a la competencia de otros negocios autóctonos (recurso a la mano de obra familiar, jornada laboral prolongada, crédito a clientes, ventas al por mayor o al por menor, etc.).

En segundo lugar, hay que tener presente el *acceso a la propiedad* de estos negocios. El traspaso en alquiler es el mecanismo principal para acceder a estos locales comerciales, de anteriores negocios regidos por autóctonos, o incluso de otros comerciantes extranjeros. En este sentido, es una práctica habitual que los negocios comerciales sean traspasados de unos comerciantes a otros, aunque no necesariamente del mismo colectivo inmigrado.

Los factores que predisponen la creación de estas iniciativas comerciales también han de ser considerados. Para muchos comerciantes o empresarios de origen inmigrante, el hecho de poder montar un pequeño negocio se interpreta como una forma de independizarse de un empresario autóctono o inmigrante. Al contemplar su experiencia laboral desde el momento de llegada a España, se observa que muchos de los actuales comerciantes estuvieron trabajando para otra empresa, trabajando en ocupaciones bien diferentes a las que desarrollaban en su sociedad de origen. Para algunos, aquel periodo laboral sirvió para poder adquirir la experiencia suficiente para después poder montar su propio negocio. Otros, ya tenían presente en su proyecto migratorio el desarrollar una iniciativa comercial, si bien ésta no siempre acaba siendo la que originalmente se pensó. También conocemos casos de personas inmigradas que han intentado probar suerte en una iniciativa comercial, aprovechando una oportunidad inesperada, consiguiendo resultados muy dispares. Este perfil de antiguo trabajador asalariado que se convierte en comerciante-empresario se muestra en bastantes colectivos inmigrantes, si bien algunos de ellos –es el caso de los pakistaníes– declaran que la idea de montar un negocio forma parte de su proyecto migratorio⁵. Sin duda, el impulso para abrir un pequeño negocio y la capacidad para hacerlo funcionar y convertirlo en rentable, otorga a este comerciante-empresario un prestigio ante el propio colectivo (adquiriendo una posición preponderante, en participar en la gestión y/o mantenimiento económico de asociaciones culturales o espacios de culto), así como una mayor consideración por parte de la sociedad receptora para la que su éxito comercial se acaba identificando con el éxito de su proyecto migratorio. El hecho de formar parte activa de asociaciones de comerciantes de barrio, o mantener contactos con las autoridades políticas, se valora como expresión de su ascenso social y de su integración en la sociedad autóctona.

Por último, la *movilización de recursos*, tanto humanos como materiales de que disponen estos comerciantes-empresarios, puede expresarse a través de la explotación de las redes sociales étnicas (tanto en la contratación de la mano de obra, como en el aprovisionamiento, incluso en la publicidad) o desarrollando negocios familiares que cuenten con la participación de diferentes miembros del grupo familiar extenso. Los negocios y comercios regentados por extranjeros acostumbran a tener mano de obra del mismo origen, a pesar de que hemos podido localizar algunos establecimientos que también están contratando mano de obra autóctona. Respecto al tema de la distribución se plantean cuestiones interesantes: por ejemplo, si se trata de productos especializados (alimentarios, artesanía, productos culturales), algunos comerciantes acaban convirtiéndose en importadores de los mismos, ya sea para abastecer su propio

⁵ En el estudio sobre las carnicerías *halal* en el área metropolitana de Barcelona, elaborado entre 1996 y 1998, pudimos observar los diferentes perfiles que se establecían en esta transición. En los treinta y tres comerciantes entrevistados (la mayoría de origen marroquí) se observó que el tiempo que transcurre entre su llegada y la apertura del negocio acostumbra a ser bastante largo, con una media de cinco años (Moreras, 1999: 219).

negocio, o para ofrecerlos a otros comerciantes. Existen cada vez más empresas surgidas de anteriores iniciativas comerciales, que se han transformado en importadoras (e incluso, exportadoras) de estos productos, y que los distribuyen en el tejido comercial que ha ido apareciendo en Cataluña y en el resto del Estado español. En principio, estas mercaderías se sitúan en el país de origen, pero comienza a ser frecuente recurrir a otras empresas y proveedores que tienen su sede en países europeos (Francia, Italia, Bélgica o el Reino Unido, entre otros), que acaban también aprovisionando a las empresas locales de distribución⁶. Respecto al hecho de que estos establecimientos dispongan de una mano de obra formada por familiares más o menos directos (hermanos, primos, cuñados, etc.) no siempre significa que nos encontremos ante una estructura de negocio familiar, ya que en más de un caso no se produce la redistribución de los beneficios que incorpora este modelo de organización económica. Los comerciantes-empresarios que cuentan con algunos familiares como trabajadores, acostumbran a decir que ellos “ayudan a llevar el negocio” (una frase que, por cierto, también es muy frecuente en el pequeño comercio autóctono), sin aclarar bien cuál es su situación laboral (también habitual en nuestro comercio), y haciendo referencia a que se trata de una mano de obra eficiente, honesta y, fundamentalmente, barata.

Hay un argumento que habitualmente se repite en Ciutat Vella respecto a este tejido comercial emergente: ¿cómo es posible que con la crisis del pequeño comercio en Barcelona, los empresarios de origen extranjero abran nuevos locales? La opinión pública, nutrida por los rumores y alentada en ocasiones por comentarios recogidos por la prensa o por las manifestaciones de líderes vecinales, explica el “éxito” de estos negocios gracias a turbios asuntos en los que se encuentran implicados sus propietarios⁷, o por las “facilidades” que éstos reciben por parte de la administración municipal⁸. Más allá de estas afirmaciones, hay que señalar que algunas de estas iniciativas, ciertamente, parten de este contexto de crisis, adaptándose a él como

⁶ La proximidad con la frontera francesa ha favorecido el desarrollo de iniciativas de importación a pequeña escala, a través del continuado tránsito de furgonetas que, aprovechando la ausencia de controles fronterizos y el escaso volumen de material que éstas pueden transportar, han permitido establecer una primera red de distribución con una clientela emergente (nos estamos refiriendo básicamente al colectivo marroquí), que plantea una fuerte competencia entre las primeras empresas de producción y distribución en Cataluña.

⁷ El artículo de Eugeni Madueño (“Islamabad en Barcelona. Las tiendas de los paquistaníes irrumpen con fuerza en el comercio local”, *La Vanguardia*, 12-October-1996) incluía la siguiente frase: “en Barcelona residen unos cuatro mil paquistaníes (...). A principios de los ochenta la heroína entraba en este puerto. El primer núcleo se formó entre 1975 y 1985. Sumaban un centenar. Setenta traficaban y treinta buscaban trabajo”. Tal afirmación provocó la queja de miembros del colectivo pakistaní, que enviaron cartas de protesta al rotativo, pidiendo una rectificación.

⁸ Pep García, presidente de la Associació de Veïns del Raval, afirmó en el diario *El Periódico* del 8 de noviembre de 1998, que “si un paquistaní quiere abrir un colmado en el Eixample se lo ponen muy difícil, mientras que aquí –Ciutat Vella– no encuentra ningún problema”.

forma de encontrar una vía para situarse en el mercado. Han descubierto que, en estas circunstancias, la competencia que podrían plantearles los pequeños comercios autóctonos no sería muy fuerte, y que podrían superarlas aplicando determinadas estrategias u ofreciendo productos específicos, algo que no podría asumir el tejido comercial existente⁹.

Una de las cuestiones que está generando un mayor debate, y como práctica que es contestada socialmente, es el recurso a una estrategia comercial de prolongar el horario comercial más allá de lo que anteriormente marcaba la ley. La apertura de estos comercios hasta altas horas de la noche o durante los fines de semana provocó una fuerte polémica sobre el incumplimiento del horario establecido por la ley. La aprobación del Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio sobre medidas urgentes de intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, en que se establece una nueva situación en la regulación de los horarios comerciales, ha modificado este panorama provocando el malestar del pequeño comercio, quizás más pendiente de la competencia que le plantean las grandes superficies comerciales en Barcelona, que la que puedan plantear estas iniciativas comerciales promovidas por residentes extranjeros.

En Ciutat Vella los locales comerciales vacíos dejados por otros comercios autóctonos tras su cierre, son sustituidos progresivamente por otros espacios comerciales promovidos por extranjeros. Su presencia en determinadas partes del distrito está mostrando un evidente índice de concentración de estos comercios, hasta el punto que su implantación dentro del tejido comercial existente ya es una evidencia. La lectura que supone la apertura de un nuevo comercio regentado por un empresario de origen extranjero en un contexto como el Raval, es bien diferente de la que se elabora en otro contexto urbano en donde la presencia inmigrante adquiere una notoriedad diferente. En este último caso, la aparición de estos comercios se identifica con el asentamiento del colectivo y con la creación de un espacio (comercial) propio (“la tienda de los marroquíes”, como habitualmente suele decirse). En cambio, en el Raval la percepción que se elabora identifica esa nueva apertura en el marco de un proceso mucho más extenso, de una presencia que se hace cada vez más “visible”, y que para algunos es indicadora de una “ocupación” del tejido comercial existente. Lo que para unos es una consecuencia lógica de un proceso de asentamiento, para otros es identificado como expresión de la densidad que adquiere esta presencia. Y ello, en un contexto como el de Ciutat Vella, marcado por una reno-

⁹ La capacidad adaptativa que han demostrado estos comerciantes, especialmente los pakistaníes, es resaltada por la prensa barcelonesa. En el periódico *La Vanguardia*, y dos días más tarde de la publicación del anteriormente citado artículo de Madueño, en un editorial titulado “Comerciantes atípicos” se leía lo siguiente –refiriéndose a los comerciantes pakistaníes– : “compiten en costes laborales y en horarios, dos factores esenciales para el progreso de esta actividad de servicio que es el comercio. No se trata de que todos los comerciantes deban seguir la fórmula paquistaní, pero lo cierto es que son un ejemplo de que la libertad comercial es positiva para los que se dedican a este negocio y, sobre todo, para los consumidores”.

vación urbana profunda, en que la aparición de este tipo (y volumen) de comercio se ha convertido en una consecuencia no esperada del asentamiento de los colectivos inmigrantes, acaba favoreciendo los discursos que interpretan este modelo comercial como el opuesto al que debería de acompañar la reactivación comercial y social de este distrito central¹⁰.

El factor urbano en el desarrollo de un tejido comercial

En anteriores trabajos (Morera, 2001) indicamos que el desarrollo de un tejido comercial y asociativo había sido una de las razones que podría explicar el asentamiento migratorio en Ciutat Vella. De hecho, este desarrollo es consecuencia directa de la concentración propiciada por la coincidencia histórica con otros flujos (lo que indica que Ciutat Vella ha sido, y sigue siendo, aunque quizás en la actualidad en menor medida, la puerta de entrada de muchas migraciones a la ciudad de Barcelona), así como del conjunto de recursos que ofrece el centro de la ciudad (en especial, el que fue durante mucho tiempo un factor clave, como es el precio de la vivienda, algo que hoy en día está dejando de serlo ante el aumento del mismo por influencia de la renovación urbanística del distrito). Pero hay que recordar que la *especialización migratoria* que parece haber adquirido Ciutat Vella (una que debe ser corregida en el subconsciente colectivo de los barceloneses, ante los evidentes indicadores de que la inmigración también empieza a hacerse presente en otros distritos de la ciudad¹¹, no se deriva del asentamiento de los propios colectivos inmigrantes, sino también ante la emergencia de espacios de atención y de recursos a las personas inmigradas desde el ámbito de la sociedad civil¹², lo que nos está indicando la manera en que la sociedad barcelonesa piensa, y sigue pensando, la ubicación de la presencia inmigrante en su trama urbana.

¹⁰ En este sentido cuestionaría aquellos discursos que oponen el “comercio inmigrante” al “comercio tradicional” de Ciutat Vella, acusando al primero de provocar el cierre del segundo. Quizás lo primero que habría que hacer es identificar al “comercio tradicional” de que se habla, que bien podría referirse a un determinado comercio de calidad, que puede mostrar como activo un cierto carácter de manufactura tradicional, pero que posiblemente nada tiene que ver con los escasos comercios de corte clásico (aquellos que no han sucumbido a los embates de las grandes superficies comerciales) que aún perduran en este barrio. Por enésima vez (véase *El País*, 2 de julio de 2004), el actual regidor del distrito argumentaba la necesidad de sacar adelante un plan que regule el comercio en el distrito, que tendría como fin evitar la creación de “guetos comerciales”.

¹¹ Véanse los informes sobre población extranjera que elabora periódicamente el Ayuntamiento de Barcelona, y que pueden consultarse en www.bcn.es/estadistica.

¹² Haciendo un repaso a las diferentes guías editadas en los últimos años, y dejando aparte a las iniciativas asociativas inmigrantes, se observa cómo buena parte de las entidades que se han creado en Barcelona en torno a un amplio abanico temático (atención social, reivindicación política, antirracismo, formación y educación, trabajo comunitario, mediación, etc.) vinculado con el hecho migratorio, se sitúan en Ciutat Vella.

La aparición de espacios comerciales, asociativos y religiosos creados por los colectivos inmigrantes en el distrito es uno de los principales indicadores de su asentamiento urbano. Pero la expresión de este desarrollo colectivo es algo más que la simple derivación de una determinada concentración espacial en el espacio urbano. Es también uno de los principales indicios de las dinámicas que se generan a lo largo de este proceso de asentamiento, y que muestran cómo el espacio urbano es interpretado y redefinido. La lectura que hacemos de este desarrollo asociativo y comercial es la que explica que el asentamiento de nuevas poblaciones contribuye a generar nuevos espacios de referencia, nuevas centralidades y nuevos significados en el espacio urbano, que se añaden a los que ya habían sido definidos por los autóctonos. Se proponen nuevos usos y nuevas temporalidades, en los que estos nuevos espacios asociativos y, especialmente los comerciales, juegan un papel de primer orden.

Como uno de los aspectos más visibles de esta presencia, el tejido comercial promovido por la iniciativa de los colectivos de origen extranjero, predisponen también a una relectura del espacio urbano. De hecho, y tal como hemos argumentado en otras ocasiones (Morera, 1997), se observa la coincidencia de dos procesos de resignificación urbana en Ciutat Vella: el que es promovido alrededor de la reforma urbana interior, que está redefiniendo o creando nuevos espacios, dándoles un nuevo uso o función, y el que protagonizan diferentes colectivos de origen inmigrante con la apertura de estos nuevos espacios. La cuestión que hay que resolver en este momento es *si ambos procesos de resignificación son complementarios entre sí o bien si se contradicen*. De su complementariedad, o de su mutua exclusión, dependerá sin duda la configuración futura de Ciutat Vella como espacio abierto, diverso y vital, y generador de nuevos sentimientos de pertenencia entre sus habitantes, o bien como un espacio urbano condicionado aún más por las oposiciones binarias y marcado por luchas de poder por el control de ese mismo espacio.

En el diseño de nuevos espacios urbanos, siempre se formulan paradojas. Una de ellas, indicativa de la complejidad de toda planificación urbana, es la iniciativa para promover las actividades comerciales del barrio del Raval, a través de la feria denominada *Món Raval* ("Mundo Raval"). Desde noviembre de 2003, esta feria-mercado artesanal se instalaba cada sábado en la misma Rambla del Raval¹³. Patrocinada por la Fundació Tot Raval, y apoyada por el Distrito de

¹³ La Rambla del Raval fue inaugurada en septiembre de 2000. Quizás la intervención urbanística más notable llevada a cabo en el barrio del Raval, tras la edificación del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, abre un amplio espacio en la parte central más compacta de este barrio, a través del derribo de 62 edificios con 789 viviendas. Los urbanistas que idearon la Rambla del Raval bajo una perspectiva de "esponjamiento", la definieron idealmente como un nuevo espacio de centralidad para el barrio, capaz de atraer más visitantes al corazón del Raval. Lo cierto es que los usos que cotidianamente desarrollan sus residentes, así como el perfil de los establecimientos comerciales, no necesariamente se corresponden a este modelo de definición oficial del espacio público, por lo que esta nueva arteria de vida del barrio mantiene un carácter de *no man's land*, de espacio que no ha sido domesticado por los poderes públicos (Maza-McDonogh-Pujadas, 2002: 125). El espacio se ha vuelto vacío, ya que no se ha podido reconstruir los lazos de

Ciutat Vella, la feria-mercado no sólo supo atraer a nuevos visitantes al barrio, sino que también consiguió implicar a los diferentes comercios y asociaciones del mismo para que participaran, colocando un tenderete con sus productos o actividades. La feria había adquirido una identidad propia, pero en enero de 2005 la administración municipal no renovó la licencia de la empresa que se encargaba de la dinamización de esta feria, alegando oficialmente irregularidades en la ejecución de la licencia. El problema que se planteaba no era otro que el de la incompatibilidad entre la presencia de empresas de restauración en la feria, que ofrecían degustaciones de sus productos, y las propias ordenanzas municipales que impiden la venta de alimentos en espacios públicos. A pesar de que destacadas voces asociativas y del ámbito comercial del barrio declararon públicamente que siempre sería mejor mantener una actividad favorable a la dinamización del barrio que no cumplir una normativa dada, lo cierto es que la feria-mercado que ya había hecho germinar una primera semilla de nueva sociabilidad en este espacio urbano dejó de celebrarse, para desconuelo de aquellos comerciantes y asociaciones que se habían implicado activamente. No ha sido hasta finales del 2005 en que, bajo una nueva coordinación supervisada por el consejo de Distrito, la feria ha vuelto a ocupar la Rambla del Raval.

Para comprender los procesos de redefinición urbana que están en curso, hay que superar los argumentos descriptivos que sólo nos indican el grado de concentración que estas iniciativas comerciales adquieren, a fin de encontrar las razones que hacen de esta concentración un factor estratégico. La concentración supone, ante todo, una proximidad espacial, criterio fundamental en donde poder sustentar las redes sociales que se desarrollan en el interior de los colectivos inmigrantes. El principio de densidad, que indica una mayor afluencia de relaciones, crece en la proximidad, en la que los lazos familiares y de amistad dan sentido y orden a estos patrones de concentración espacial preferente. Que estos espacios comerciales se sitúen en las mismas zonas urbanas en donde residen estos colectivos, o bien junto a espacios asociativos y religiosos de referencia frecuentados por el colectivo, tiene tanta lógica desde el punto de vista de la especialización de estos comercios que se dirigen específicamente a estos colectivos, como desde la diversificación, puesto que una parte importante de tales iniciativas corresponden a residentes de estos barrios.

Por otro lado, aparte de esta relación entre los patrones de residencia de los colectivos inmigrantes y la aparición de estos comercios, también se observa la especialización que adquieren determinadas áreas urbanas, que agrupan unos comercios ya sea por nacionalidad o por actividad del establecimiento. Es el caso, en los últimos años de la calle Sant Pau, en que la mayoría de los nuevos comercios están regentados por comerciantes pakistaníes, o el observado desde ya hace más tiem-

convivencia, existentes en el barrio, puesto que parte de sus antiguos residentes se han marchado, o porque han sido otros los que han ocupado su lugar. De ahí que para autores como Ribas y Subirats (2001), la Rambla del Raval será un verdadero motor de revitalización del barrio siempre que sea posible promover nuevas sociabilidades, nuevas pertenencias respecto a un espacio urbano en el que impera el cemento por encima de cualquier identidad.

po, de la calle Princesa, donde se concentran comercios relacionados con la importación-exportación de artesanía, ropa y pequeños electrodomésticos. También observamos cómo estos comercios se sitúan en zonas comerciales que ya tenían una especificidad propia, adoptándose a la orientación de la misma: es el caso de la zona alta del Casc Antic, fronteriza con el distrito del Eixample, con la aparición de almacenes y tiendas de ropa al mayor regentadas por residentes chinos.

La lectura del espacio urbano de Ciutat Vella que elaboran estos comerciantes-empresarios a la hora de ubicar sus espacios comerciales, nos recuerda que toda zona urbana es definida por su funcionalidad y su uso. En nuestras ciudades, hay zonas en donde se concentran las actividades productivas o de servicios, las instituciones administrativas, los locales de ocio y, evidentemente, los espacios comerciales. En este sentido, habría que recordar que, paradójicamente, Ciutat Vella agrupa a sectores con uno de los índices comerciales más elevados de toda la ciudad, y al mismo tiempo, zonas en las que el tejido comercial es casi inexistente¹⁴. Tradicionalmente, las zonas con más vida comercial del distrito han estado vinculadas a los grandes mercados de la Boqueria, de Santa Caterina, el de Mare de Déu del Carme y el de la Barceloneta. También los principales ejes urbanos (Rambles, Via Laietana, Ferran y Princesa) han propiciado esta concentración. Pero el impulso para instituir el centro de la ciudad en una de las más importantes concentraciones comerciales de Barcelona, lo dio la constitución de Barnacentre, una federación de asociaciones de comerciantes que agrupa a veinticinco calles y plazas del centro histórico, con una superficie comercial de 59.581 m², que constituye una isla peatonal casi única en Barcelona. La cotización de los locales comerciales en el mercado inmobiliario de Barcelona es un evidente indicador de la vitalidad que ha adquirido este tejido comercial central: según datos de un informe sobre el mercado de locales elaborado por la consultora inmobiliaria Aguirre-Newman (2000), los precios de alquiler de los locales comerciales del eje Portal de l'Angel-Portaferrisa son los más altos de Barcelona (por encima de otros ejes como el Passeig de Gracia, Diagonal-Francesc Macia o la Rambla de Catalunya), cotizándose entre 110-120 €/m²/mes, lo que supone un aumento del 20% respecto el año anterior. La venta de locales en estas calles se sitúa en los lugares más altos del ranking inmobiliario de la ciudad: el precio de compra se sitúa entre 15.000-20.500 € por m².

El coste de apertura de un local en este centro comercial explica la ausencia de las actividades comerciales promovidas por población inmigrante. De ello nos da cuenta el Mapa 1, donde se compara la oferta de actividades del comercio minorista (en 1998) a partir del Impuesto de Actividades Económicas, con el resultado de la mapificación que se elaboró para el informe de investigación. El mapa muestra la práctica ausencia de estas actividades económicas en las zonas que forman parte de Barnacentre, pero además nos indica otros aspectos que hay que analizar con detalle: por ejemplo, el primer mapa muestra cómo la penetración del tejido comercial en

¹⁴ Para contextualizar el volumen de el comercio de Ciutat Vella en el conjunto de la ciudad, véase *El comerç a Barcelona, 2000*, Ajuntament de Barcelona-Regidoria d'Economia, Ocupació, Turisme i Comerç, 2001.

barrios como el Raval sólo parece llegar a las calles adyacentes a la Rambla, percepción que corrige el segundo mapa, al mostrar de una manera evidente el desarrollo del tejido comercial en el interior de este barrio, protagonizado por estas iniciativas promovidas por comerciantes de origen inmigrante. La reactivación del tejido comercial de determinados sectores del Raval se está haciendo a través de la aparición de estos nuevos comercios, antes que por la penetración-ampliación del tipo de comercio que se muestra en Barnacentre o en la Rambla. Los escasos comercios regentados por inmigrantes en estos espacios centrales del distrito corresponden a establecimientos de artesanía, de ropa deportiva y de recuerdos para los turistas, que latinoamericanos e indios han abierto entre las Rambles, Boqueria, Call y Ferran. Algunos de estos locales son de propiedad, adquiridos desde hace tiempo cuando en el mercado inmobiliario nadie se interesaba por ellos (especialmente aquellos que se situaban en la parte baja de las Rambles), lo que nos viene a demostrar la capacidad de estos comerciantes-empresarios para interpretar el contexto comercial de Ciutat Vella (Mapa 1).

Análisis de la implantación espacial a través de la mapificación

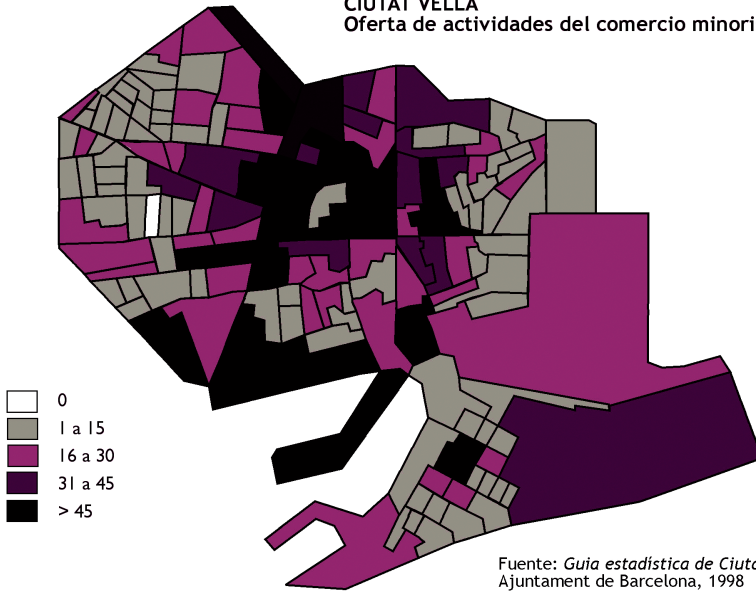
Las estadísticas oficiales sobre las actividades económicas en Ciutat Vella (a partir de la explotación del Impuesto de Actividades Económicas) nos ofrecen datos parciales sobre aquellas actividades que son desarrolladas por extranjeros, puesto que en la documentación administrativa no se incluye ningún apartado sobre la nacionalidad del comerciante-empresario¹⁵. A pesar de esta circunstancia, se trata de una información muy interesante que merecería ser explotada específicamente. Mientras tanto, el recurso a elaborar una mapificación de tales actividades comerciales (aquellas que se sitúan en locales comerciales en la vía pública) nos puede ofrecer una imagen –aunque imperfecta– de la realidad de este tejido comercial. Mostraremos a continuación, los resultados de la misma, de acuerdo con la composición de las actividades y los principales colectivos representados. Insistiremos de nuevo sobre la relación entre actividades comerciales y patrones de residencia, y por último analizaremos la evolución de este tejido comercial entre 1996 y 2001.

En la Tabla 1 mostramos la comparación por actividades comerciales. Lo primero que se destaca es que buena parte de las principales actividades se vinculan con el sector servicios. Colmados-supermercados, telefonía-locutorios, bazares y restaurantes son las actividades más frecuentes. Un aspecto también importante a considerar respecto a estos establecimientos

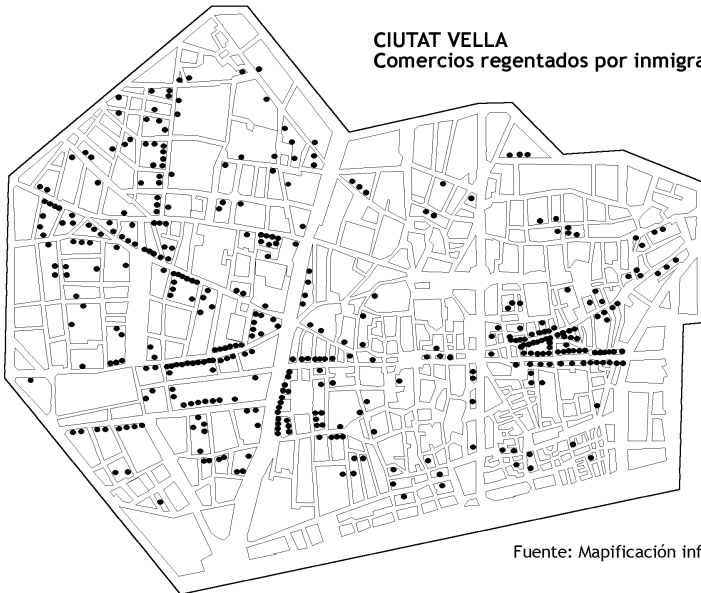
¹⁵ La explotación parcial de estos datos que realizamos para el informe de investigación se hizo a través de la numeración de identificación de la persona (o personas) que se dan de alta en estas actividades. Pudimos identificar parcialmente a aquellas personas extranjeras (de acuerdo con el NIE, Número de Identificación para Extranjeros), pero no según su nacionalidad, ni, por descontado, identificar a aquellos que hubieran adquirido la nacionalidad española recientemente.

MAPA I

CIUTAT VELLA Oferta de actividades del comercio minorista (1998)



CIUTAT VELLA Comercios regentados por inmigrantes (2001)



comerciales es la combinación de actividades variadas. Hemos llegado a observar comercios que agrupaban hasta tres actividades diferentes (peluquería, telefonía y vídeo-club) en un mismo local, lo que dificultaba su codificación durante la mapificación. Aparte de estos casos, que podríamos calificar de excepciones, hay que comentar la existencia más frecuente de locales en los que se combinan dos actividades, habiendo combinaciones muy variadas: telefonía-vídeo, locutorio-peluquería, oficina de cambio-locutorio, etc. Un tipo de actividad comercial específica, como es el de las carnicerías *halal* (en donde no sólo se venden productos cárnicos elaborados según la tradición islámica, sino también otros productos, alimenticios o no), ha proliferado de manera notable en Ciutat Vella, con un total de 22 establecimientos, doce de ellos regentados por pakistaníes, seis por marroquíes y tres por argelinos.

TABLA I
CIUTAT VELLA. COMPOSICIÓN POR ACTIVIDADES COMERCIALES (a junio de 2001)

Tipo de actividad	Barrio				TOTAL	% total
	Raval	Casc Antic	Gòtic	Barceloneta		
Colmados-supermercados	45	7	10	1	63	16.4
Telefonía-locutorios ¹	34	12	8	1	55	14.5
Bazar-todo a 100	21	21	3	--	45	11.9
Restaurantes	25	7	11	1	44	11.6
Peluquerías	18	8	--	1	27	7.1
Ropa	9	10	6	--	25	6.6
Bares-cafeterías	13	5	4	--	22	5.8
Carnicerías halal	14	4	2	1	21	5.5
Complementos de ropa ²	6	5	6	--	17	4.5
Artesanía-decoración	2	1	12	--	15	3.9
Tiendas de souvenirs	--	--	14	--	14	3.7
Música-vídeo-electrónica	6	3	--	--	9	2.3
Lavanderías	4	--	--	--	4	1
Hornos-pastelerías	2	--	--	--	2	0.5
Electricidad-fontanería	1	--	--	--	1	0.2
Librerías	1	--	--	--	1	0.2
Varios	2	--	--	--	2	0.5
TOTAL	210	88	77	5	380	100
%	55.3	23.1	20.3	1.3	100	

¹ Algunos locutorios también incluyen oficinas de cambio y envío de remesas.

² Bolsos, complementos, zapatería, cosmética, bisutería.

FUENTE: Elaboración propia a partir de la mapificación.

El Raval sigue siendo también el barrio del distrito que agrupa el mayor número de estas actividades comerciales con un 55,3%, seguido a distancia por Casc Antic y Gòtic, siendo muy poco significativa su presencia en la Barceloneta.

El análisis por orígenes nos muestra que el principal colectivo promotor de estas iniciativas comerciales es el Pakistán, con un total de 148 establecimientos repartidos por todo el distrito, lo que representa el 39% de todas estas actividades. A mucha distancia se sitúan los comerciantes-empresarios de origen indio, marroquí, chino y latinoamericano (Tabla 2). En el conjunto de las nacionalidades (o agrupaciones regionales) representadas, encontramos un total de quince; si las agrupásemos por continentes, veríamos que son los residentes de origen asiático los que regentan el 64,1% de todas estas iniciativas.

TABLA 2
CIUTAT VELLA. COMPOSICIÓN POR ORÍGENES (a junio de 2001)

Tipo de actividad	Barrio				TOTAL	% total
	Raval	Casc Antic	Gòtic	Barceloneta		
<i>Pakistán</i>	112	15	19	2	148	39
<i>India</i>	11	16	17	--	44	11.6
<i>Marruecos</i>	21	11	1	1	34	8.9
<i>China</i>	10	13	4	1	28	7.3
<i>Otros Latinoamérica</i>	5	4	16	--	25	6.6
<i>Rep.Dominicana</i>	1	18	--	--	19	5.1
<i>UE</i>	7	3	1	--	11	2.9
<i>Filipinas</i>	9	1	--	--	10	2.6
<i>Africa Subsahariana</i>	6	--	2	--	8	2.1
<i>Argelia</i>	2	3	--	--	5	1.3
<i>Indonesia</i>	--	1	3	--	4	1.1
<i>Otros ¹</i>	8	1	1	--	10	2.3
<i>sin datos</i>	18	2	13	1	34	8.9
TOTAL	210	88	77	5	380	100
Agrupación por continentes						
	África		47 (12,4%)			
	América		44 (11,6%)			
	Asia		243 (64,1%)			
	Europa		12 (2,9%)			
	Oceanía		--			

¹ Otros (Rusia, países árabes, Bangladesh, Japón y Turquía)

FUENTE: Elaboración propia a partir de la mapeificación.

Las cinco principales actividades comerciales desarrolladas por inmigrantes en Ciutat Vella merecen un breve comentario:

Colmados-supermercados

Se trata del principal tipo de comercio abierto por inmigrantes en Ciutat Vella por parte de todos los colectivos. La mayoría de ellos están regentados por pakistaníes. Suelen ser pequeños establecimientos que acostumbran a anunciarse como tiendas de productos alimentarios, de una manera similar a como lo hacen los supermercados regentados por autóctonos. En algunos casos (hemos podido observarlos entre comerciantes de origen filipino) forman parte de una cadena de supermercados. Estos establecimientos venden productos que son propios de la sociedad autóctona, o bien dedican una parte del local a productos más específicos para el colectivo de referencia. La polémica sobre el horario de cierre de estos espacios comerciales ha provocado las críticas de otros comerciantes autóctonos que los acusan de prácticas poco correctas. Se trata de comercios que adquieren un carácter de proximidad y de servicio a unos clientes que pueden valorar positivamente su prolongado horario de apertura, lo que les hace entrar en directa competencia con los comercios autóctonos que cumplen esta misma función.

Locutorios y telefonía

En menos de cinco años, la emergencia del nuevo mercado de los locutorios telefónicos en Ciutat Vella, lo ha convertido en el paradigma de la proliferación comercial en el distrito. En el momento de la investigación se localizaron cincuenta y cinco, y todo indica que la cifra irá aumentando progresivamente. Primero fueron los locutorios pakistaníes, que aprovecharon el inicio de la liberalización en el mercado de las telecomunicaciones para ofrecer llamadas a países de origen con precios más reducidos que los ofertados por la operadora que seguía siendo la mayoritaria en nuestro país. Otros colectivos, como los filipinos o dominicanos, secundaron la iniciativa comercial de los pakistaníes, iniciada a mediados de los años noventa. Oficinas de cambio internacional que eran franquiciadas por filipinos, también acabaron convirtiéndose paralelamente en locutorios, ofreciendo un doble servicio. Otros locutorios también son tiendas de video en donde poder alquilar películas del país de origen. La relevancia que adquiere este servicio para los colectivos inmigrados hace que tales iniciativas hayan crecido espectacularmente en los últimos meses, y su presencia ya no se sitúe únicamente en los barrios de Ciutat Vella, sino también en otras zonas de la ciudad en donde se han asentado estos colectivos. Otra tendencia reciente en estos establecimientos consiste en su ampliación de servicios, incorporando acceso a internet a través de terminales en sus locales.

Bares y restaurantes

Los bares y restaurantes se convierten en espacios sociales de relación y encuentro para el colectivo inmigrante. La mayoría de ellos son adquiridos por traspaso de sus anteriores propietarios, y conservan su estructura, e incluso su clientela, original. No en todos ellos, y eso depende del origen y voluntad del propietario, sirven bebidas alcohólicas, y algunos se convierten en cafeterías donde el alcohol es sustituido por el café, el té o los refrescos. En ocasiones los bares también ofrecen menús económicos que, si son regentados por marroquíes, argelinos o pakistaníes, procuran cumplir las prescripciones islámicas y no ofrecen platos preparados con derivados del cerdo. Un caso aparte es el de los restaurantes, ya que frecuentemente acaban dirigiéndose más a clientes autóctonos y a turistas, y no a miembros del colectivo de referencia. Se destacan en este sector los pakistaníes, ubicados especialmente en los ejes más transitados del Raval central (calles Carme, Hospital y Sant Pau), que ya se han incorporado plenamente en la oferta de restauración de Barcelona, teniendo un relativo éxito, especialmente entre los turistas más jóvenes mucho más acostumbrados en su país a frecuentar estos locales. La apertura de locales de restauración este tipo en otras partes de la ciudad es paralela a la importante concentración en los últimos años de restaurantes regentados por libaneses en el barrio de Gràcia.

Bazares-tiendas de Todo a cien

Sin duda, los bazares más significativos de Ciutat Vella se encuentran a un lado y otro de las Rambles, desde Portaferriça hasta Colom, si bien otra forma de bazares han recibido una muy buena acogida por parte de la clientela de este y otros distritos de la ciudad, como son las tiendas conocidas popularmente como de “todo a cien” (si bien, ante la introducción del euro, esta denominación parece haber cambiado por la de “todo a un euro”). Estos establecimientos dan salida a *stocks* de productos manufacturados, que atraen el interés de empresarios de origen inmigrante. En el distrito hay que señalar la existencia de estos locales comerciales en la calle Princesa o en los alrededores de Boqueria-Call. Los productos que se comercializan son sobre todo de artesanía, ropa y pequeños electrodomésticos, así como objetos de regalo. En las Rambles, los bazares se dirigen a una clientela fundamentalmente turista, siendo regentados por comerciantes de origen indio desde los años setenta. Para limitar su proliferación tanto en estas calles, así como la presencia de oficinas de cambio, el Ayuntamiento de Barcelona estableció una ordenanza en 1996 para limitar nuevas aperturas de estos comercios¹⁶.

¹⁶ La presencia de estos comercios en la Rambla nunca ha dejado de estar exenta de polémica. La periodista Patricia Gabancho, en su libro *El sol hi era alegre. La reforma urbanística i social de Ciutat Vella* (Barcelona, La llar del

Carnicerías musulmanas

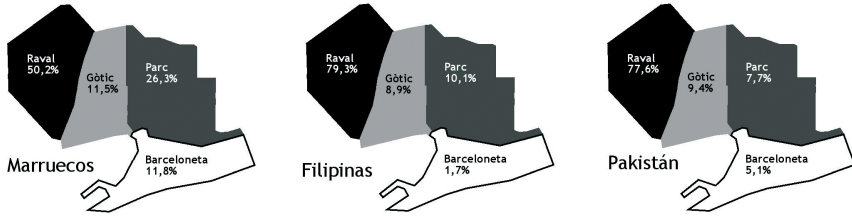
La proliferación de carnicerías *halal* en Barcelona, y en otras ciudades, acompaña el proceso de configuración comunitaria de los colectivos musulmanes, y es fruto de iniciativas comerciales individuales que pretenden, no obstante, satisfacer una demanda específica que tiene un componente religioso, aunque también cultural, ofreciendo un servicio al colectivo. Cumplir con las prescripciones dietéticas islámicas en un contexto social no-musulmán, resulta hoy más fácil que hace veinte años. La primera carnicería *halal* de Barcelona se situó en el barrio del Raval, en concreto en la calle Arc de Sant Agustí, inaugurada en 1983 por un comerciante pakistaní. En los siguientes cinco años se abrieron otras cinco en la ciudad, cuatro de ellas en el mismo Raval. Hoy en día, la cifra alcanza a veintidos, quince de ellas en el Raval, cuatro en el Casc Antic, dos al Gòtic y una en la Barceloneta. Doce son gestionadas por pakistaníes, seis por marroquíes y tres por argelinos. Los mataderos que proveen estos establecimientos son los de Mercabarna, Sabadell o Castellbisbal, en donde trabaja personal musulmán que garantiza que el sacrificio se haga según el rito musulmán. La rápida proliferación de estos locales muestra los primeros indicadores de competencia ante una oferta que probablemente supera la demanda existente.

La comparación entre localización espacial de estas actividades comerciales según el origen de sus promotores y los patrones de residencia que adoptan estos colectivos (véase Mapa 2), plantea la cuestión de hasta qué punto estas iniciativas comerciales surgen o no de una voluntad de servicio a esos colectivos de referencia, cubriendo su demanda específica, y por lo tanto, se sitúan en aquellos barrios donde también éstos residen. Aparecen diferentes modelos de vinculación entre este comercio y las pautas residenciales de los colectivos inmigrantes:

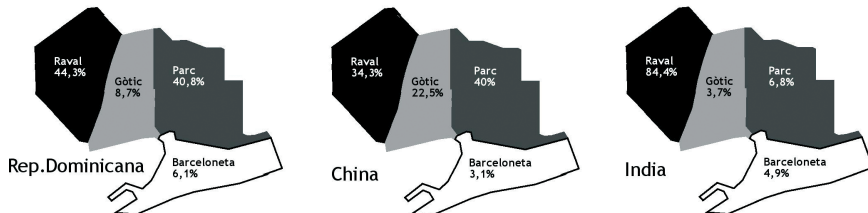
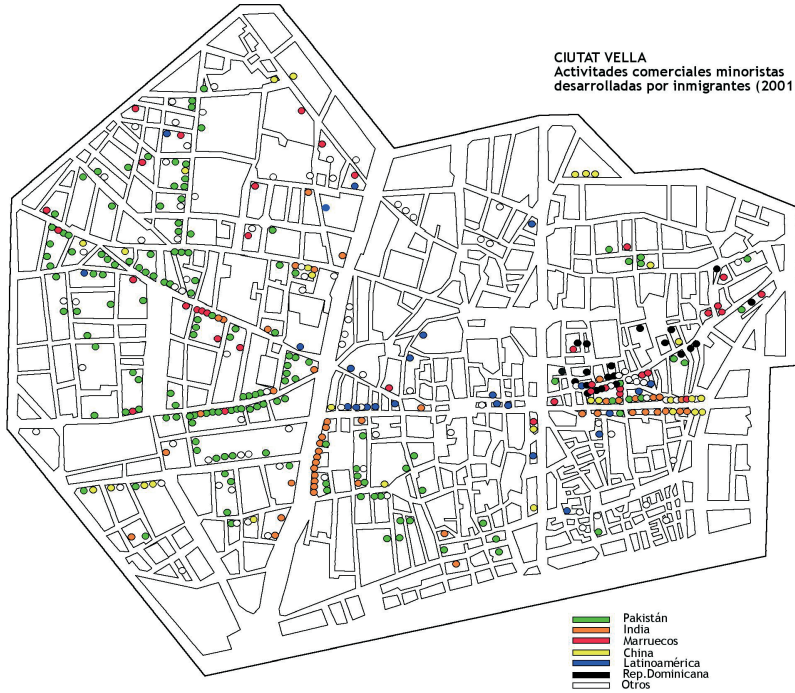
libre, 1991) se expresaba de la siguiente manera: “Han proliferado los bazares, pretendidamente de souvenirs, juntados por cuatro duros por una comunidad hindú poco dispuesta a traspasar su emporio. La mercancía es de un nivel previsible: atestados aparadores y estantes de sombreros mexicanos hasta camisetas, de porcelanas sin pedigrí a toros de felpa, desde porrones forrados de cuero a flamencas de plástico. El negocio ha de funcionar, porque se han expandido, han adquirido -con transacciones legítimas- algunas tiendas tradicionales. Cuando se empezó a hablar de regenerar la Rambla, los comerciantes pensaron que quizás fuera buena idea suprimir estas muestras de otro tiempo por la vía de recomprar estos locales. Pero los hindúes no ceden. Al contrario: están al acecho para comprar todo lo que se vacíe. Teniendo las licencias en orden, no se puede hacer nada: darles dinero para que marchen sería invitarlos a comprar lo que sea unos metros más allá. De manera que, a pesar de que a los comerciantes no les gusta nada la concentración de locales en pocas manos, la filosofía expeditiva ha sido abandonada. Se intentará una política de buena vecindad, mirando que se sumen al impulso de adecentar el chiringuito. Si el Ayuntamiento inició una campaña para unificar los letreros y aparadores y salvar las fachadas de todo tipo de añadidos que los comerciantes habían ido colgando, no hay razón para no meter a los hindúes dentro de las normas” (p. 95). En la actualidad, desde ciertos medios de comunicación barceloneses, se plantea de nuevo la cuestión de la degradación que, desde su punto de vista, comienza a padecer este emblemático paseo ante la proliferación de actores como “estatuas humanas” y el intenso tránsito de turistas. La cuestión de la seguridad sigue estando también presente en las quejas de vecinos y comerciantes, así como la orientación de determinados negocios, haciendo de nuevo referencia a esos comercios de la parte baja de las Rambles.

MAPA 2

CIUTAT VELLA
Patrones de residencia de colectivos inmigrantes (2001)



CIUTAT VELLA
Actividades comerciales minoristas desarrolladas por inmigrantes (2001)



Ejemplos de repartición:

- *India:* los comercios regentados por empresarios de este origen no siguen un estricto patrón de repartición de acuerdo con su residencia que se sitúa preferentemente en el Raval. Se sitúan dispersos ampliamente por el distrito, si bien hay dos zonas que capitalizan su presencia: las Rambles y la calle Princesa, dedicándose al comercio de recuerdos para turistas y de ropa deportiva, y a los pequeños bazares, respectivamente.
- *Marruecos:* los comercios marroquíes en Ciutat Vella siguen un patrón parecido al de la residencia del colectivo. En las principales concentraciones en el Raval y Casc Antic, acostumbran a situarse en calles propiamente comerciales. Algunos de estos comercios ya tienen una larga historia de asentamiento en el distrito.
- *China:* los comerciantes de origen chino muestran un modelo parecido de repartición, situándose en las mismas zonas de residencia, si bien se observa una mayor presencia específica en la calle Princesa, y en la parte norte del Casc Antic, conectados especialmente con otras tiendas y almacenes de ropa al mayor también regentados por residentes de origen chino¹⁷.
- *Latinoamérica:* el heterogéneo colectivo latinoamericano muestra diferentes patrones de asentamiento residencial en el distrito, pero la apertura de sus iniciativas comerciales indica una clara tendencia a situarse en el Gòtic, especialmente en la venta de artesanía al por menor y al por mayor en la zona de las calles Boqueria-Call.

Ejemplos de concentración residencial-actividades comerciales:

- *Filipinas:* Se observa una relación directa entre el patrón de residencia mayoritario del colectivo con la emergencia de espacios comerciales. La zona de concentración se sitúa en la parte norte del Raval.
- *República Dominicana:* Muestra una concentración similar a la de los filipinos, pero en la zona del Casc Antic, a pesar de que el colectivo dominicano se ha ido distribuyendo en los últimos años de una manera más homogénea por el distrito y en otros barrios de la ciudad. Algunas de las iniciativas comerciales que han sido identificadas son originarias del momento en que residía en esta zona una proporción más importante (en 1995, el 13,3% de todos los dominicanos en Barcelona residían en el Casc Antic; hoy esta cifra se sitúa en el 11,7%). Actualmente, siguen sirviendo de polo de atracción

¹⁷ Sobre el impacto de esta emergente presencia de establecimientos chinos en el sector de la venta de ropa al por mayor, así como las reacciones de los empresarios autóctonos, véase el artículo publicado en el periódico *Avui* el 7 de mayo de 2001.

para una población que reside fuera del distrito (por ejemplo, durante los fines de semana), si bien es cierto que en otras zonas de asentamiento ya comienzan a aparecer nuevos comercios y servicios dirigidos a dominicanos¹⁸.

Ejemplo de ocupación del tejido comercial:

- En vista del gran número de espacios comerciales que han sido desarrollados por iniciativa de comerciantes-empresarios de origen pakistaní en el distrito, creemos que no podemos interpretar este proceso como una vinculación entre residencia y localización de espacios comerciales. Ciertamente, el colectivo pakistaní reside mayoritariamente en el Raval, y es en este barrio en donde se sitúa la gran mayoría de sus comercios. Pero hay una serie de indicadores que obligan a repensar esta relación directa: en primer lugar, por el número (ya que la fuerte concentración aparentemente supera lo que podría ser la demanda que pueda formular el colectivo); en segundo lugar, por la existencia de actividades comerciales y de servicios dirigidos y orientados a otras clientelas más amplias, y no sólo a la propia (es el caso de los restaurantes o supermercados, pero también recientemente de los locutorios); y en tercer lugar, por su presencia comercial en otras partes del distrito donde su presencia residencial es muy pequeña. Por tanto, habría que avanzar nuevos argumentos que permitan comprender mejor el volumen y la vitalidad que han adquirido estas iniciativas comerciales, todas ellas en forma de hipótesis que habría que poner a prueba. Por ejemplo, sabiendo la existencia de una concentración de parte de estos comercios en manos de empresarios pakistaníes concretos, se podría interpretar su emergencia como la expresión de una estrategia especulativa para ocupar el tejido comercial y para adoptar una posición privilegiada ante la revitalización urbanística de determinadas zonas del Raval. La interpretación, pues, de este tejido comercial emergente cambiaría sustancialmente.

Por último, el seguimiento no exhaustivo, aunque continuado desde 1996, nos permite analizar la evolución de la emergencia de las actividades comerciales desarrolladas por extranjeros en Ciutat Vella. El resultado de la evolución de esta mapificación se observa en el Mapa 3 que recoge los tres periodos contemplados, 1996, 1999 y 2001.

¹⁸ Respecto a lo que fue definido por diferentes medios de comunicación a finales de los años noventa, como el borbollón dominicano para referirse a la zona Carders-Corders (en el Casc Antic), habrá que ver hoy en día si sigue teniendo la misma fuerza de atracción para el colectivo, dada la dinámica de dispersión que éste ha protagonizado hacia otros barrios de la ciudad.

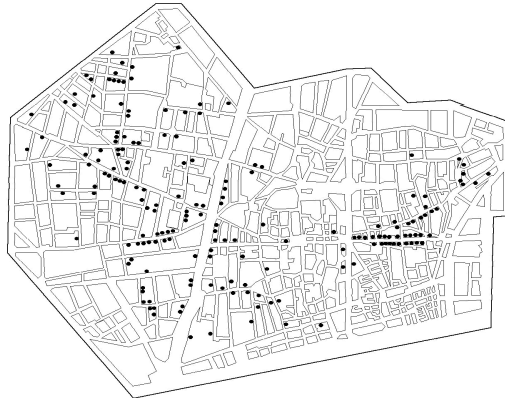
MAPA 3

Evolución de los espacios comerciales desarrollados por inmigrantes en Ciutat Vella (1996, 1999, 2001)

CIUTAT VELLA (1996)



CIUTAT VELLA (1999)



CIUTAT VELLA (2001)



El panorama de las iniciativas comerciales desarrolladas por residentes de origen inmigrante en Ciutat Vella durante el 1996 estaba aún condicionado por el asentamiento de estos colectivos en el conjunto del distrito. Había una serie de zonas de Ciutat Vella (en concreto, las Rambles y la calle Princesa) que se habían ido *especializando* ante la apertura de negocios por parte de estos colectivos, en concreto bazares y tiendas de recuerdos para turistas. En el resto del distrito, la aparición de locales comerciales se entiende en la lógica de este asentamiento residencial del colectivo de referencia, ofreciéndoles sus productos y servicios. En este periodo se observan los primeros momentos de la concentración espacial de estas iniciativas, en una serie de ejes (en el Raval, las calles Hospital y Sant Pau, y en el Casc Antic, Carders-Corders) y zonas (la parte alta del Raval y la baja del Gòtic alrededor de la calle Escudillers), que anuncian una futura progresión. Sin disponer de datos exhaustivos, estos comercios son iniciativa de residentes pakistaníes, indios, marroquíes y filipinos, mayoritariamente.

Como continuación del periodo anterior, el año 1999 muestra cómo se afirman las tendencias de concentración anunciadas desde antes de 1996, y que algunas de ellas acabarían confirmando en el 2001. Los ejes y zonas apuntados en 1996 adoptan una concentración más importante. Comienza a despuntar como principales zonas, el doble eje Hospital-Sant Pau, en la parte central del Raval, así como Carders-Corders, que poco a poco se va uniendo al de la calle Princesa. En la parte norte del Raval, el eje que comienza a constituirse es el de la calle Joaquín Costa, en donde ya no sólo se abren comercios filipinos, sino también algunos son regentados por pakistaníes. La zona baja del Raval, por debajo de la calle de la Rambla, la zona de Escudillers, son zonas que empiezan a desarrollarse. El origen nacional de estas iniciativas comerciales comienza a diversificarse, si bien son los empresarios pakistaníes los que comienzan poco a poco a distanciarse en el total de ellas.

El año 2002 representa la consolidación definitiva de las tendencias que se han ido configurando año tras año. No sólo los ejes y zonas señaladas se constituyen plenamente como espacios en donde se asienta un importante volumen de estas actividades, sino que otras zonas también comienzan a ser tenidas en cuenta. Desde los ejes comerciales principales (en el Raval, Joaquim Costa, Carme, Hospital, Sant Pau y Nou de la Rambla; en el Gòtic, Boqueria, Ferran y Escudillers; en el Casc Antic, Princesa, Carders, Corders), se produce una especie de irradiación hacia calles colindantes que hace que éstas se conviertan plenamente en zonas comerciales específicas. La diversificación por orígenes aumenta, pero el número de estas actividades promovidas por comerciantes de origen pakistaní crece exponencialmente en un corto periodo de tiempo. El criterio que vincula la emergencia de estos espacios, como consecuencia lógica del asentamiento inmigrante, requiere ser reformulada con respecto a determinados colectivos.

Futuras líneas de investigación

Las conclusiones del análisis sociográfico aquí abordado nos sugieren nuevos terrenos de investigación de la relación que se establece entre la emergencia de estas iniciativas comerciales promovidas por comerciantes-empresarios de origen inmigrante, y las otras dinámicas que acompañan un distrito en transformación urbanística y social, como es el de Ciutat Vella. Al menos se plantean cuatro, que simplemente podemos apuntar en forma de interrogantes:

- a. ¿De qué manera interviene el factor étnico en la promoción de estas iniciativas comerciales? ¿Se trata de un recurso a disposición de sus promotores, o es más bien un condicionante que les acaba orientando en su proceso de incorporación en el tejido comercial? ¿Qué relación se establece entre esos comerciantes-empresarios que recurren a este factor étnico, y otros espacios asociativos, culturales o religiosos del mismo colectivo de referencia? ¿Qué vínculos se establecen entre la emergencia de liderazgos comunitarios y actividades comerciales-empresariales?
- b. ¿Cuáles son los condicionantes que determinan el paso de comerciante a empresario? ¿Durante este tránsito se mantiene el recurso al factor étnico, o por el contrario, se produce un progresivo abandono del mismo? ¿Se genera algún tipo de competencia, en relación a otros empresarios autóctonos, cuando los de origen inmigrante promueven iniciativas empresariales?
- c. ¿De qué manera están contribuyendo estas iniciativas comerciales promovidas por los colectivos de origen inmigrante en la dinamización económica y social de un distrito como Ciutat Vella? ¿Es éste el modelo de comercio deseado por parte de los gestores públicos que promueven la reforma urbanística del mismo? Si no fuera así, ¿cuál es el modelo de comercio que sirve de referencia?
- d. ¿De qué manera se concretan esos nuevos usos y significados que se desarrollan en el espacio urbano, a través de la emergencia de este nuevo tejido comercial? ¿Cómo esas nuevas centralidades actúan de referencia espacial y temporal para estos colectivos? Tales espacios y centralidades ¿entran en colisión con los propios de la sociedad autóctona? ¿Estamos ante la transformación superficial del espacio público de estos barrios, o bien se está reformulando la forma de entender y de acceder al mismo? ¿Hemos de considerar ya estas actividades comerciales como parte del patrimonio de estos barrios? (Moreras, 2006).

Bibliografía

AGUIRRE-NEWMAN (2000), *Informe del mercado de locales en Barcelona*. Barcelona: Aguirre-Newman Consulting.

- ARAMBURU, M. (2002), *Los otros y nosotros. Imágenes del inmigrante en Ciutat Vella de Barcelona*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- BELTRÁN, J.; SÁIZ, A. (2001), *Els xinesos a Catalunya. Família, educació i integració*. Barcelona: Alta Fulla/ Fundació Jaume Bofill.
- LIGHT, I.; KARAGEORGIS, S. (1994), "The Ethnic Economy", en N. Smelser y R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology*. Nueva York: Roseau Sage, pp. 647-671.
- MA MUNG, E. (1996), "Entreprise économique et appartenance ethnique", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 12 (2).
- MARTÍNEZ VEIGA, U. (1997), *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid: Trotta.
- MAZA, G.; McDONOGH, G.; PUJADAS, J. J. (2002), "Barcelona, ciutat oberta: transformacions urbanes, participació ciutadana i cultures de control al barri del Raval". *Revista d'Etnologia de Catalunya*, n.º. 21, pp. 114-131.
- MONNET, N. (2002), *La formación del espacio público. Una mirada etnológica sobre el Casc Antic de Barcelona*. Madrid: La Catarata.
- MORERAS, J. (1997), "¿Qué es un barrio inmigrante? Apuntes para un ensayo de antropología urbana comparada." *Actas del I Congreso de Inmigración*. Madrid: Fundación Ortega y Gasset (mimeo).
- MORERAS, J. (1999), *Musulmanes en Barcelona: espacios y dinámicas comunitarias*. Barcelona: CIDOB Edicions.
- MORERAS, J. (2001a), *Informe sobre la immigració estrangera a Ciutat Vella (1986-2000)*. Barcelona: Fundació CIDOB-Ajuntament de Barcelona.
- MORERAS, J. (2001b), *Les activitats comercials dels residents estrangers a Ciutat Vella*. Barcelona: Fundació CIDOB-Ajuntament de Barcelona.
- MORERAS, J. (2006), "El patrimonio en un contexto urbano multicultural: el caso de Ciutat Vella de Barcelona", en Gema Carrera Díaz y Gunther Dietz (eds.), *Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Artístico (Cuadernos del IAPH, n.º. 17), pp. 90-103.
- PORTES, A. (1981), "Modes of Structural Incorporation and Present Theories of Labour Immigration", en M. Kritz, C. Keely y S. SM. Tomassi (eds.), *Global Trends in Migration*. New York: Center for Migration Studies.
- RIBAS, C.; SUBIRATS, J. (2001), "La Rambla del Raval. Una oportunitat?", en Jordi Borja y Zaida Muixí (eds.), *L'espai públic: ciutat i ciutadania*. Barcelona: Diputació de Barcelona, pp. 142-145.
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R. (1990), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Londres: Sage.
- WALDINGER, R. (1993), "Le débat sur l'enclave ethnique: revue critique", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 9 (2).
- WERBNER, P. (1987), "Enclave Economies and Family Firms: Pakistani Traders in a British City", en Jeremy Eades (ed.), *Migrant, Workers and the Social Order*. London: Tavistock Publications.
- WILSON, K.; PORTES, A. (1980), "Immigrant enclaves: An Analysis of the Labour Market Experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 5(78).

Emprendedores étnicos en Almería: un reto frente a la discriminación laboral, jurídica y social

Ángeles Arjona

Introducción

El mercado de trabajo de la provincia de Almería se sustenta en tres pilares fundamentales: el sector servicios, la agricultura y la industria del mármol, a lo que hay que sumar el impulso de la construcción. De tal forma que su desarrollo ha convertido a la provincia en una de las más dinámicas de España, caracterizada por una renta alta, un escaso índice de desempleo y con una necesidad de incorporar mano de obra, debido, principalmente, a la implantación de diferentes formas de intensificación agraria, con el uso de modernas técnicas de cultivo bajo plástico.

Sin embargo, estos mercados de trabajo también presentan importantes deficiencias como alta temporalidad, precarización, flexibilidad y baja cualificación de los trabajadores demandados, situación que ha fomentado la incorporación de mano de obra extranjera, especialmente, en el sector agrícola trabajando como jornaleros, en los servicios y en la construcción.

Enmarcado en esta peculiar esfera económica algunos inmigrados intentan escapar de la segmentación del mercado de trabajo, a través de su instalación como autónomos. No obstante, las implicaciones sociales y económicas de este proceso, cuando se trata de extranjeros, superan el simple hecho de darse de Alta en la Seguridad Social, dentro del Régimen Especial de Trabajador Autónomo. La configuración de un mercado de trabajo compuesto por emprendedores étnicos implica, a su vez, la concentración anterior de una comunidad inmigrada, la utilización de los recursos de clase (capital financiero, capital humano, capital cultural y capital social) y recursos étnicos (créditos étnicos, sociedades de préstamo o fuentes de capital más pequeño) así como la autoexplotación del emprendedor y de su familia, la contratación de empleados coétnicos y la solidaridad endogrupal (Light y Gold, 2000).

Los inmigrados extracomunitarios se están instalando como autónomos en distintos puntos de la provincia de Almería: por un lado, en la propia capital almeriense; por otro, en las comarcas de Poniente –Roquetas de Mar, El Ejido, La Mojonera, VÍcar y Adra–; y, por último, en Campos de Níjar, concretamente, en las entidades locales de Campohermoso y San Isidro. Lugares donde hemos llevado a cabo el trabajo de campo.

El análisis y comprensión del proceso de inserción laboral de los inmigrados necesita de un esquema de trabajo plurimetodológico, por ello, se han utilizado diversas fuentes y técnicas. Precisamente, para paliar las deficiencias de las fuentes oficiales (base de datos del Impuesto de Actividades Económicas, licencias de apertura de negocio y las altas de extranjeros en la Seguridad Social, en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos) se ha realizado un exhaustivo trabajo de campo, recabando la información en una ficha-cuestionario a partir de un rastreo de cada entidad local, haciendo un recuento a pie, calle por calle, con el apoyo de planos, callejeros e informantes clave.

El universo de estudio son los empresarios extracomunitarios asentados con un local abierto al público, con excepción de los empresarios de origen chino¹ y los profesionales liberales. De este modo, la muestra final incluye a 136 empresarios.

Caracterización del mercado de trabajo almeriense

De manera general son varias las características que definen al mercado de trabajo almeriense. En primer lugar, la concentración de la población activa en dos actividades. El sector servicios –donde destaca el turismo– agrupa a más de la mitad del empleo de la provincia (un 52%); le sigue la agricultura donde, a diferencia de lo que ocurre en el resto del país, se produce una creciente demanda de mano de obra². La construcción se erige como el tercer sector económico en importancia, empleando al 9% de los trabajadores almerienses y, en último lugar, la industria del mármol con un 7%. El resto, con poca representatividad, se distribuye en actividades como la pesca.

En segundo lugar, el mercado de trabajo almeriense demanda un importante número de mano de obra extranjera. Una de las fuentes que nos señalan el peso específico que supone la

¹ He excluido de la investigación a los empresarios de restauración chinos por considerar que se trata de un tipo de negocio con un servicio ofertado a una clientela abierta, no exclusiva ni enfocada a su comunidad étnica inmigrada (véanse, para este colectivo, los trabajos de Beltrán, 2000; 2003 y Sáiz, 2005); lo mismo ocurre con los profesionales liberales, como médicos, gestores, psicólogos o agentes de la propiedad inmobiliaria.

² Mientras en el campo español asistimos a una creciente pérdida de empleos (supone el 7% de la población activa), en Almería el porcentaje de empleados agrícolas llega casi al 27%.

inmigración en la economía almeriense son las Altas en la Seguridad Social. En el año 2002 hay 28.396 extranjeros dados de alta en la Seguridad Social, lo que supone el 12,64% del total de afiliados en la provincia. Situación que se ha visto fuertemente incrementada en solo un año, ya que en el 2001 los inmigrados representaban el 9,14% del total. Del mismo modo, casi el 93% de estos extranjeros dados de alta son trabajadores procedentes de países no comunitarios. Cifras que no han parado de crecer, si tenemos en cuenta que de los 19.271 extranjeros afiliados a la Seguridad Social, 17.455 eran de países terceros y en el 2002 la cifra llega hasta los 26.410, lo que supone un aumento de 8.955 nuevas afiliaciones³. Por el contrario, el número de extranjeros de otros Estados de la Unión Europea apenas se ha incrementado en doscientas personas.

Además, estos datos oficiales de la Seguridad Social demuestran la incorporación de nuevas corrientes migratorias hacia Almería, puesto que se ha producido un incremento importante de las personas que llegan de Latinoamérica y de los países de Europa del Este. Inmigrados que rápidamente se dan de alta en la Seguridad Social, fenómeno que no sucedió en igual medida con los inmigrados africanos, pese a que algunos residen en la provincia desde hace veinte años.

La característica principal del mercado de trabajo ocupado por los inmigrantes es su concentración, o lo que es igual, aunque podemos encontrar extranjeros desempeñando actividades en varios sectores, destaca la agricultura. Ciertamente la agricultura intensiva almeriense necesita gran cantidad de mano de obra no cualificada. En un principio eran los miembros familiares quienes desempeñaban todas las labores agrícolas, sólo se empleaba una porción de mano de obra asalariada procedente de las comarcas contiguas granadinas y almerienses. Pero en la actualidad los hijos y mujeres casi han desaparecido del trabajo de invernadero, incorporándose a otras actividades de la cadena productiva agrícola –almacenes, transportes, industrias auxiliares–, a la construcción e incluso a la educación universitaria. Este vacío ha sido reemplazado por la mano de obra inmigrada. Así, en la agricultura trabajan la mayor parte de los extranjeros residentes en Almería. Según los datos del Ministerio de Trabajo de los 28.396 extranjeros dados de alta en la Seguridad Social en el mes de abril de 2002, 20.530 lo estaban en el Régimen Especial Agrario, lo que supone el 72,3%.

En la actualidad, los inmigrados en el régimen agrario no sólo se emplean en labores bajo el invernadero, sino que su actividad está más diversificada. Podemos encontrar a inmigrados trabajando en la construcción y mantenimiento de invernaderos, encargados de explotaciones, trabajando en SAT o en las alhóndigas en el manipulado de los productos –fundamentalmente mujeres–, etc.

³ De manera general y atendiendo al lugar de procedencia el colectivo más numeroso de inmigrantes no comunitarios registrados en la Seguridad Social es el marroquí con 13.618, seguido por el ecuatoriano con 2.696 y los procedentes de Rumania con 2.028, en cuarto lugar, nos encontramos a los inmigrados de Colombia, con 836 personas, y en quinto lugar los originarios de Lituania, 782 personas.

Tras la agricultura, la construcción es el segundo sector donde más mano de obra extranjera se emplea. El crecimiento urbano y de edificaciones de los últimos años ha hecho necesario un aumento importante del número de trabajadores, por tanto, se ha ido incorporando mano de obra inmigrada. Así en el año 2002 más de 800 extranjeros regularizados estaban empleados en la construcción, que se traduce en un 5% del total del sector.

Los otros dos sectores que dan trabajo a los inmigrados son, por un lado, el sector servicios⁴, generalmente como asalariados y, por otro, la industria minera del mármol, localizada en la Comarca de Macael, donde se detecta una presencia importante de trabajadores procedentes, principalmente, de Rumania, Rusia y Lituania.

Para el caso concreto de los autónomos extranjeros, en el año 2002 había 1.170 personas dadas de alta, cifra que incluye cualquier forma de empleo autónomo, tanto por apertura de un negocio, como por el ejercicio de alguna profesión liberal. También son significativos los datos de las altas en el régimen de empleadas del hogar que han pasado de 79 casos en el año 2001 a los 191 del 2002, lo que se traduce en un aumento del 41%. Esta cifra es poco representativa, debido mayormente a que en el servicio doméstico la principal característica es la irregularidad contractual y la flexibilidad laboral, lo que deriva en una difícil contabilización oficial.

La tercera gran particularidad del mercado de trabajo almeriense es su carácter sumergido e irregular. Se estima que en Almería la economía sumergida supone el 30% de la riqueza provincial, situación que lleva pareja un buen número de empleados en precario, siendo la agricultura bajo plástico la que mayor número de trabajadores sin regularizar utiliza⁵. Esta situación la ocupan casi en exclusividad los inmigrados, reproduciendo la teoría del mercado de trabajo dual (véanse Doeringer y Piore, 1971; Piore y Berger, 1980). Es decir, el mercado de trabajo está dividido en dos sectores, primario y secundario, con estructuras y características diferentes. El mercado de trabajo primario se caracteriza por buenas condiciones de trabajo, salarios elevados y relativa estabilidad, que en nuestro caso lo ocupa casi en exclusividad la población nacional. Por su parte, el secundario incluye empleos mal pagados y con pésimas condiciones laborales, a lo que se le añade inestabilidad en el empleo y alta movilidad de los trabajadores, caso de los inmigrados extranjeros en nuestra provincia.

⁴ En la provincia de Almería destaca el turismo dentro del sector servicios. El 70% de la oferta turística de la provincia se concentra en la Comarca del Poniente, con las urbanizaciones de Roquetas, Aguadulce en Roquetas de Mar y Almerimar en El Ejido, como principales centros turísticos. En el Levante se agrupan el 16% de los establecimientos, con una tendencia creciente, sobre todo por el auge de las playas de Vera y Mojácar. Por su parte, la capital concentra el 8,57% de la oferta turística. El llamado turismo de interior representa sólo el 4,7%.

⁵ Ortiz (2002:71), en un intento hipotético por conocer el número de irregulares en Almería establece una cifra que estima entre 16.700 y 17.900.

En este sector secundario se produce la etnodiscriminación de algunos colectivos, los empresarios agrícolas están sustituyendo la mano de obra agrícola africana por ecuatoriana y rumana, principalmente. La población marroquí, en la actualidad, es la más desregulada, por ser mayoritaria y, sobre todo, por la falta de oportunidades socioeconómicas.

Esta dualización, evidentemente, no es tan cerrada ni exacta, sino que existen muchos segmentos en el mercado de trabajo con características intermedias; es en estos segmentos donde podemos insertar a los trabajadores autónomos extranjeros que viven en Almería y que, como veremos, comparten características del mercado de trabajo primario –estabilidad, movilidad social ascendente, aumento del capital económico y social– y del secundario –explotación familiar, largas jornadas de trabajo, precariedad contractual de los empleados coétnicos–.

El empresariado étnico frente a la discriminación laboral, jurídica y social

Dentro del enfoque teórico institucionalista de dualización del mercado descrito arriba, los inmigrantes se ven abocados a los empleos más precarios, incluso desde las políticas de inmigración, por ejemplo, no permitiéndoles o retrasando la convalidación de sus estudios, ofreciéndoles un contrato en origen inferior a su titulación, no ofertando en los contingentes puestos de trabajo distintos a la agricultura, pesca, construcción o servicio doméstico, etc.

De hecho, en las ciudades desarrolladas de sociedades capitalistas se incrementa considerablemente el número de puestos de trabajo en empleos secundarios, a la vez que aumenta la economía informal en ellos (Sassen-Koob, 1989).

Según Piore (1979), los inmigrantes a su llegada aceptan cualquier tipo de empleo, ya que de acuerdo a sus primeras intenciones esperan permanecer poco tiempo en los países de destino. Una vez ahorrado el dinero esperado el afán es volver a su tierra. Ahora bien, incluso cuando buscan mayor permanencia y estabilidad “aceptan esos trabajos, como precio del cambio, y esperan que sus hijos tengan más éxito. Muchas veces esos trabajos, con todo lo inestables y sin salida que puedan ser, todavía son preferibles a la situación en que se encontraba el emigrante en su lugar de origen” (Doeringer y Piore, 1983:316).

En definitiva, al capital y a los empresarios les resulta rentable segmentar el mercado. Esta misma incertidumbre y fluctuación de la demanda provoca en los trabajadores una valoración cada vez más importante de la seguridad en el empleo. Desde esta perspectiva se entiende que el inmigrado halle una gran motivación en montar un negocio por cuenta propia: la pertenencia a un mercado de trabajo secundario conlleva la imposibilidad de tener movilidad social ascendente, situación de la que tratan de escapar instalándose por cuenta propia. Según las palabras de los propios inmigrados “merece la pena esforzarse por un trabajo en el que los beneficios no sean para otro, sino para uno mismo”.

Por todo esto, para los inmigrados una posible vía de escape a la segmentación del mercado es la incorporación laboral buscando fórmulas alternativas, donde destaca la instalación como autónomos. Sin embargo, para que esto suceda en Almería deben confluír bastantes variables, que vienen determinadas por el contexto de recepción (Portes y Böröcz, 1989). Analizaremos, a continuación, las características de este proceso de proliferación de economías étnicas, siguiendo los paradigmas teóricos más influyentes en Estados Unidos y Europa.

La perspectiva interactiva desarrollada en Estados Unidos pone de relieve que la inserción en el mercado de trabajo de los inmigrados está en función de las estructuras de oportunidad y las características de los grupos étnicos. Las estructuras de oportunidad se componen de las condiciones del mercado –donde es fundamental la demanda de productos típicamente étnicos– y la forma en la que el grupo puede acceder a la empresa –negocios vacantes, competición por conseguir esas vacantes y marco político–. Por su parte, en las características del grupo se incluyen los factores de predisposición –las circunstancias antes de la emigración, la reacción del grupo ante la hostilidad del contexto de recepción y los niveles de aspiración– y la movilización de recursos –lazos con coétnicos, redes sociales y políticas gubernamentales–. De la combinación de estas dos dimensiones –estructuras de oportunidad y características del grupo– emergen las estrategias étnicas, a partir de la posibilidad de crear, dentro de la estructura económica dominante, un nicho étnico que beneficie al colectivo. Para esta escuela interactiva “los propietarios de negocios étnicos se enfrentan a siete problemas para fundar sus negocios y que éstos prosperen: primero, adquirir la información necesaria para el establecimiento y supervivencia de sus empresas; segundo, obtener el capital necesario para establecer o expandir sus empresas; tercero, adquirir el entrenamiento y habilidades para que el negocio funcione; cuarto, reclutar y manejar trabajadores eficientes, honestos y baratos; quinto, manejarse con clientes y proveedores; sexto, sobrevivir a la competitividad entre negocios; y séptimo, protegerse frente a ataques políticos (Waldinger y otros, 1990:46).

Además, el fenómeno de la incorporación laboral como autónomos se hace más complejo al añadir la variable territorial, esto es, la concentración de negocios en un espacio muy concreto, que incluye, además, asentamiento de inmigrados; es entonces cuando se puede hablar de *economía étnica de enclave*. Los primeros autores que hicieron referencia a los enclaves étnicos fueron Portes y Wilson (1980) y Wilson y Martin (1982) con un trabajo acerca de los cubanos en Miami. En ambos estudios se parte de la distinción entre la economía central, caracterizada por importantes y saludables empresas, de la economía periférica, caracterizada por empresas atrasadas con escaso desarrollo. En esta economía periférica surgen las economías de enclave: tras la llegada de una primera oleada de inmigrantes con un significativo capital económico, humano y social, se concentra en una zona determinada e instalan numerosos negocios y empresas. A partir de ahí, se van surtiendo de mano de obra barata, aprovechándose de las sucesivas olea-

das de coétnicos que van llegando; asimismo, y gracias a esta concentración se genera un componente cultural integrado, basado en la solidaridad étnica (*ethnic solidarity*) (Bonacich, 1975; Massey, 1988) y en la confianza (Portes y Zhou, 1992). Por tanto, mientras este proceso sea exitoso en el enclave continuarán proliferando nuevos negocios, superando los postulados teóricos de los mercados segmentados, que ponían el énfasis en la “obligada” incorporación de los inmigrantes al mercado de trabajo secundario.

Un relevante avance de los estudios norteamericanos, para medir el alcance de las economías étnicas, es la aportación de Ivan Light y Steven Gold (2000), cuando distinguen entre *propiedad étnica* y *control étnico*. Esta nueva conceptualización ayuda a comprender las implicaciones de la economía étnica más allá de la titularidad de la empresa. En algunos estudios se han contabilizado a los propietarios de los negocios y a los empleados como si compartieran las mismas características, sin embargo, con frecuencia resulta complicado conseguir la titularidad del negocio.

En Europa el análisis de la incorporación laboral en economías étnicas es posterior que en Estados Unidos, además se han tenido que buscar nuevos aportes teóricos que expliquen una realidad muy determinada por el contexto de recepción y el marco de los regímenes jurídicos –por lo general más estrictos–.

La *teoría de la incrustación social* (*social embeddedness*) desarrollada en los Países Bajos por Kloosterman y colaboradores (1999) supone una ampliación de la perspectiva interactiva que suma, al interés de la demanda de los consumidores –como uno de los pilares en los que se sustentan los negocios de los inmigrantes–, la importancia de los marcos normativos y legislativos de los diferentes países de asentamiento. En otras palabras, las economías étnicas se muestran dependientes de lo que los grupos quieren ofrecer y lo que el marco contextual y jurídico les permite que oferten. Por ello, el modelo de *incrustación social o encajado mixto* (*mixed embeddedness*), introduce una estructura de oportunidad propia que abarca tanto la demanda del consumidor como el régimen normativo (Kloosterman, Van der Leun y Rath, 1999:257).

Para profundizar en esta cuestión, Kloosterman (2000) establece una tipología de modelos de incrustación. En primer lugar, aparece el neoamericano (*Neo-American Model*), propio de Estados Unidos y que se repite en Australia, Irlanda e Inglaterra, cubre a países donde la adaptación económica ha sufrido un importante desarrollo e importantes ratios de empleo acompañado de bajos salarios, con muy poco control de los gobiernos en la redistribución y provisión de servicios públicos. Con estas premisas es muy atractivo para los inmigrantes montar un negocio, hasta el punto que en algunas ciudades y para determinadas minorías la ratio de autoempleo es mayor que entre los autóctonos.

En segundo lugar, encontramos el modelo *Rhineland* presente en Austria, Francia, Luxemburgo y Alemania. Aproximación contraria a la anterior: altos salarios y seguridad en el empleo

a cambio de alto desempleo, lo que deriva en un control importante por parte del estado de los flujos migratorios, existiendo grandes trabas y obstáculos para la inserción laboral de los inmigrados. Es un modelo, por tanto, que se caracteriza por una estructura dicotómica: *insider/outsider*. Para este caso la ratio de autoempleo entre los inmigrantes no es más alto que la de los nativos (Haller, 2004).

Por último, el modelo nórdico (*Nordic Model*), característico de Dinamarca y Suecia, está basado en un control importante de la economía –red industrial– por parte del Estado, similar al modelo Rhineland, pero la verdadera diferencia estriba en una toma de conciencia en torno a políticas activas del mercado de trabajo, expansión del estado de bienestar e igualdad de género. En este modelo la proliferación de empresarios étnicos es menor que en los otros casos; la regulación de las relaciones laborales y las políticas de igualdad hace que los inmigrados opten por insertarse en el mercado de la economía abierta.

La situación estudiada para el caso español no encaja exactamente en ninguno de los tres modelos descritos. Si bien, el más apropiado sería el Rhineland, aunque con significativas variantes. De hecho, los países del sur de Europa, donde incluimos a Grecia, España, Italia y Portugal tienen unas características distintivas en su economía: porcentajes de economía sumergida muy altos –por encima del 35% en sectores como la agricultura, el calzado, el servicio doméstico, etc.–, elevada tasa de desempleo en relación a otros Estados de Europa Central y Septentrional, enormes diferencias regionales, incremento del empleo temporal y precario –principalmente en agricultura, construcción, servicios personales y hostelería– versus estable y bien remunerado. Por tanto, nos atrevemos a definir un modelo más acorde con esta realidad que vamos a denominar, siguiendo con la nomenclatura anglosajona, *South-European Model*. En este modelo los empresarios étnicos tienen que sortear una enorme cantidad de obstáculos, determinados por el contexto de recepción que se ampara, a su vez, en un restrictivo marco jurídico.

Para el caso español la Ley Orgánica 8/2000 sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social (LOEXIS) recoge la instalación de extranjeros como autónomos en dos preceptos distintos: por un lado, en el artículo 36.2, refiriéndose a las profesiones liberales se exige una titulación especial acorde con la profesión a desempeñar. Por otro, el artículo 37 describe como “actividades económicas por cuenta propia en calidad de comerciante, industrial, agricultor o artesano”. Por tanto, entre ambos preceptos se alude al conjunto de situaciones que podemos incluir en el concepto de trabajo por cuenta propia: realizar una actividad lucrativa laboral o profesional, bien, en calidad de trabajador autónomo, bien, como empresario individual empleador en nuestro país.

Cuando los extranjeros reúnan los requisitos previstos en la Ley y en las disposiciones que la desarrollan tendrán derecho a ejercer una actividad remunerada por cuenta propia o ajena, así como al acceso al sistema de la Seguridad Social (artículo 10.1 LOEXIS).

Respecto a las condiciones exigidas para el establecimiento en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos tenemos: visado de residencia para trabajo cuando se está fuera de España, permiso de trabajo y permiso de residencia o autorización de estancia para el que se halle en España y, en todo caso, las autorizaciones administrativas correspondientes a la actividad pretendida y la homologación de título y colegiación cuando proceda. Estas condiciones no son exigibles, sin embargo, para todos los extranjeros. Como señala Trinidad “también el trabajo por cuenta propia está sujeto a regímenes jurídicos distintos, derivados de los distintos compromisos internacionales que tiene nuestro país. Desde nuestra incorporación a la Unión Europea en 1986, fue operativa la prohibición de discriminación por razón de nacionalidad para el trabajo por cuenta propia y la equiparación se hizo extensiva a los nacionales de los países del Espacio Económico Europeo a través del Acuerdo de Oporto y se retiene como derecho a un trato no menos favorable que el que se conceda a los propios nacionales en algunos de los Acuerdos de Asociación de la Unión Europea como es el caso con la República Checa, la Eslovaca, Hungría y Polonia” (Trinidad, 2002: 445).

Los permisos de trabajo por cuenta propia pueden ser: *Tipo D* (inicial), con una vigencia de un año pudiendo limitarse a una actividad concreta y un ámbito geográfico determinado. *Tipo D (renovado)*, que habilita para el ejercicio de cualquier actividad en todo el territorio nacional durante un período de dos años. Pueden obtener este permiso los titulares de un permiso de modalidad *d*, al término de su vigencia y el *Tipo E* que se adquiere al término de la vigencia del *D* (renovado) para un período también de dos años y autoriza a desarrollar cualquier actividad en todo el territorio nacional (artículo 69.2 REXIS).

Podemos concluir que, por regla general, el inmigrado que pretende establecerse en nuestro país como trabajador por cuenta propia encuentra más dificultades para hacerlo que si lo hiciera por cuenta ajena. Es decir, nuestra legislación vigente mantiene unos criterios restrictivos a la hora de conceder los permisos de trabajo por cuenta propia: incidencia de la actividad a desarrollar en la generación de empleo, aportación de capital a la economía nacional, suficiencia de la inversión, cualificación profesional, aportación de nuevas tecnologías, al margen del cumplimiento de la normativa general aplicable al resto de los nacionales. Además, cuando se trata de una actividad inicial, la Administración del Estado no precisa motivación para denegar el visado de residencia para trabajar por cuenta propia.

Sin duda, todos estos requerimientos tienen un efecto disuasorio en el inmigrado que se plantea establecerse como autónomo. Si a toda esta complejidad administrativa unimos el hecho de que la mayor parte de los inmigrados no poseen grandes recursos económicos, comprenderemos el escaso número de solicitudes de este tipo de permisos y, por ende, las correspondientes concesiones administrativas.

Además de las limitaciones y/o condiciones necesarias impuestas por la Ley de Extranjería, las administraciones locales también ponen frenos al establecimiento de negocios de propiedad étnica, lo que provoca que se estén instalando muchos negocios de manera ilícita ocultos entre invernaderos o en pisos cuya ubicación y actividad sólo sus clientes coétnicos conocen.

Por último, desde el punto de vista social la constante proliferación de pequeños comercios regentados por inmigrantes –carnicerías *halal*, bazares, locutorios telefónicos, teterías, peluquerías, etc.– está generando desconfianza al ser percibida por los autóctonos como una fórmula de asentamiento definitivo. Los vecinos almerienses próximos a los negocios manifiestan su descontento por el aumento de dicho fenómeno, los autóctonos abandonan el lugar poniendo en venta o alquiler sus viviendas, siguiendo el proceso de invasión-sucesión y filtrado descrito en los trabajos clásicos de la Escuela de Chicago⁶. En suma, entre los autóctonos se crea una gran suspicacia cuando se produce la apertura de un negocio étnico. Se muestra recelo ante el triunfo, manifestando un extrañamiento ante el hecho de que puedan ascender socialmente⁷. En este sentido apunta Meillassoux (1977:171): “se considera a los trabajadores de origen extranjero como menos cualificados a priori, y se les dirige así, arbitrariamente, mediante este juego tramposo, hacia los empleos peor pagados y menos estables”. Asimismo y, como se ha señalado, estas situaciones son o pueden ser respaldadas, de manera latente o manifiesta, por las decisiones políticas locales.

El rechazo por parte de los autóctonos, que se manifiesta marchándose a vivir a otros lugares, provoca un refuerzo de la identidad étnica, que intensifica la sensación de comunidad y de pertenencia al grupo. Sin duda, el sentido de comunidad y la autoidentificación como tal incrementan la solidaridad étnica (Waldinger, 1990), elemento clave para la consolidación del empresariado étnico, ya que, a precios iguales, el inmigrado prefiere comprar a su compatriota. Habitualmente son negocios de carácter familiar y con unos márgenes de beneficios reducidos⁸.

A partir de la generación de estos procesos adquiere fuerza la hipótesis del enclave étnico o inmigrante, proliferando pequeños negocios de propiedad de extranjeros en áreas urbanas que también permiten una fuerza de trabajo intensa por lealtad, a cambio de formación y ayuda para la instalación –una vez que ha transcurrido determinado tiempo– de un negocio propio.

⁶ Véanse, entre otros, Louis Wirth (1928), Ernest Burgess (1928) y Robert Park (1936).

⁷ En ocasiones hemos recogido opiniones entre los autóctonos afirmando que los negocios prósperos de los inmigrantes “deben” dedicarse a otras actividades ilícitas para poder mantenerse abiertos. Para ellos “lo que se ve es una tapadera”.

⁸ A esta conclusión se llega en las investigaciones de Moreras (2002), Cebrián y Bodega (2004), Arjona y Checa (2005), Solé y Parella (2005).

Como apuntamos arriba, la teoría de la economía étnica de enclave postula que la participación de los inmigrados en dicho enclave tiene consecuencias económicas positivas y facilita las bases para una mejor adaptación de generaciones futuras. Los lazos se estrechan con los miembros de una o varias minorías étnicas, más que con los autóctonos, posibilitando la formación de empresarios étnicos exitosos. Por lo tanto, es posible que, en muchas ocasiones, se produzca una cierta autosegregación del grupo étnico, agudizada por el rechazo de la población autóctona. Esto comienza a ser manifiesto en algunos lugares de Almería (El Puche en Almería, las Doscientas Viviendas en Roquetas de Mar o las “Casas rosas” en las Norias de Daza –entidad dependiente de El Ejido–), donde se reproduce este esquema descrito, por lo que podemos afirmar que estas zonas se están configurando como incipientes enclaves étnicos. Las características de estos “incipientes” enclaves económicos étnicos distan mucho de poder ser cuantitativamente comparables a los ejemplos de los grandes centros urbanos norteamericanos y europeos, tanto por el número de los negocios y de empleados, como por el volumen de facturación e ingresos. Sin embargo, sí comparten un rasgo importante, la concentración de comunidades étnicas, la proliferación de empresas en derredor y su clientela, que es mayoritariamente coétnica. Esto vendría a verificar la hipótesis de los enclaves económicos étnicos, que defiende que la base de la comunidad va a mantener a flote los negocios gracias a una solidaridad étnica y un abastecimiento de productos étnicos.

El empresariado étnico en Almería

A partir de lo extraído en el trabajo de campo, en primer lugar, se observa que la mayoría de los negocios étnicos están ubicados en las ciudades de Roquetas de Mar y Almería, le siguen El Ejido y Vícar⁹ (véase Cuadro 1). En el caso específico de Roquetas de Mar y sus entidades locales dependientes la proliferación de los negocios se debe fundamentalmente a dos motivos: por un lado, el importante número de inmigrados que residen en el municipio y la inserción del municipio dentro del Plan de Excelencia Turística, que ha generado una mayor demanda de variedad de servicios enfocados tanto a los autóctonos como a los turistas; por otro, una política local menos restrictiva a la hora de permitir implantar negocios. Situación que no se produce de igual forma en otros municipios, donde las trabas legales y burocráticas se eternizan.

⁹ Para entender la ubicación espacial de la concentración de inmigrados y los negocios que instalan véanse los Mapas 1 y 2 correspondientes a las Comarcas de Poniente y Levante de Almería.

CUADRO I

LOCALIDADES Y ENTIDADES LOCALES DEPENDIENTES DONDE SE UBICAN LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES REGULADAS

LOCALIDAD		NÚMERO	%
ALMERÍA	CIUDAD	23	16.9
	EL PUCHE	8	5.9
	EL ALQUIÁN	2	1.5
Total Almería		33	24.3
ADRA		3	2.2
EL EJIDO	CIUDAD	18	13.2
	LAS NORIAS	6	4.4
	MATAGORDA	3	2.2
	SAN AGUSTÍN	4	2.9
	STA. M ^a DEL ÁGUILA	3	2.2
Total El Ejido		34	24.9
LA MOJONERA		6	4.4
LA PUEBLA DEVICAR		11	8.1
NÍJAR	SAN ISIDRO	5	3.7
	CAMPOHERMOSO	4	2.9
Total Níjar		9	6.6
ROQUETAS DE MAR	CIUDAD	23	16.9
	AGUADULCE	7	5.1
	CORTIJOS DE MARÍN	7	5.1
	EL PARADOR	3	2.2
Total Roquetas de Mar		40	29.3
TOTAL		136	100

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

Otra variable determinante para conseguir instalarse como autónomo es el tiempo de estancia en el país de acogida. La siguiente tabla de contingencia muestra como, generalmente, se necesita un periodo de tiempo largo antes de abrir un negocio. Aunque se observa con proximidad al año de llegada una mayor proliferación de negocios en los tres últimos años analizados (2000, 2001 y 2002), que puede deberse a que los inmigrados, antes de salir de su país, ya tenían decidido cuál sería su ocupación en el mercado de trabajo en destino. Normalmente en estos casos, el proceso de acumulación de capital se ha producido en origen, se reduce así el tiempo necesitado para la apertura del negocio, quedando a expensas de conseguir el local y obtener los permisos municipales.

En lo que se refiere a características sociodemográficas de los empresarios, nos centramos en el sexo, el nivel de estudios, el estado civil y el país de procedencia.

TABLA I
AÑO DE LLEGADA A ESPAÑA/AÑO DE APERTURA DEL NEGOCIO

		AÑO APERTURA DE ACTUAL NEGOCIO										
AÑO DE LLEGADA A ESPAÑA		1987	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	TOT.
	1967										1	1
	1972								1			1
	1974								1			1
	1977										1	1
	1980		1									1
	1982					1						1
	1984										1	1
	1985	1							1		1	3
	1986							1		1		2
	1987		1			1						2
	1988				1		1		1	1	1	5
	1989				1				1	1	1	4
	1990		1	1	1			2	1	2	4	13
	1991						1	1	1		1	4
	1992						1		1	1	1	6
	1993						2	1	2	2		9
	1994					1	1		1		1	5
	1995							2	1	2	4	13
	1996							1	1	1	2	8
	1997									2	1	7
	1998									1	4	8
	1999								1	4	2	11
	2000									2	3	11
2001										7	7	
2002										3	3	
TOT.		1	3	1	4	7	9	13	21	27	50	136

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

En cuanto al sexo, la Tabla 2 muestra como el mayor porcentaje de titulares de las empresas corresponde a hombres (77,2%). La razón se debe a que los hombres, además de emigrar primero, son mucho más numerosos en la zona de estudio. Sin embargo, el número de casos registrados de mujeres adquiere significación (22,8%), este hecho está poniendo de manifiesto que en la configuración de los nuevos procesos migratorios la mujer adquiere un rol destacado, señalando que en muchas ocasiones emigran solas y, en otras, aún cuando están aquí con su familia protagonizan ellas el impulso emprendedor. En este caso destacan las mujeres procedentes de Latinoamérica -Colombia y Ecuador-.

TABLA 2
SEXO DEL EMPRENDEDOR ÉTNICO

	Número	Porcentaje
Hombre	105	77,2
Mujer	31	22,8
Total	136	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

En la Tabla 3 se presenta *el nivel de estudios* del trabajador autónomo. Cabe destacar que el nivel de capital humano es alto, el caso de los que han cursado estudios universitarios suma el 33,8% y el de los que alcanzaron estudios secundarios el 35,3%. Esto rompe con la idea generalizada que los inmigrados tienen escasa o nula formación académica, “ni los poderes públicos ni la sociedad valora y acepta que la formación de los inmigrantes es siempre superior al promedio en su país e incluso muchas veces está por encima del que nosotros exhibimos. No se reconocen sus capacidades ni se homologan sus títulos” (Izquierdo, 2003:292). De esta forma, se demuestra que al inmigrado le resulta muy difícil utilizar sus recursos en la sociedad de acogida, y que la instalación como autónomo puede significar una vía para recuperar capital humano.

TABLA 3
NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRENDEDOR ÉTNICO

	Número	Porcentaje
No sabe leer ni escribir	10	7,4
Estudios primarios	31	22,8
Estudios secundarios	48	35,3
Estudios universitarios	46	33,8
No sabe/no contesta	1	0,7
Total	136	100

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

El *estado civil* del empresario adquiere gran importancia en el proceso de instalación como autónomos. Véase en la Tabla 4 como mayoritariamente el titular está casado o vive en pareja (65.5%). En el caso de los solteros (también separados o divorciados), tienen la posibilidad de recurrir a otros familiares, hermanos o primos. En los procesos de economías étnicas se utiliza el trabajo de la familia como recurso en el negocio. De hecho, en los negocios siempre ayudan la mujer o compañera, los hijos y otros familiares, tanto en momentos en los que la afluencia de clientela así lo requiere, como en aquellas ocasiones que el titular ha salido de viaje para comprar mercancías.

TABLA 4
ESTADO CIVIL DEL EMPRENDEDOR ÉTNICO

	Número	Porcentaje
Casado	84	61,8
Vive en pareja	5	3,7
Soltero	39	28,7
Separado/divorciado	8	5,9
Total	136	100

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

La *nacionalidad* de los empresarios es muy diversa, pero como puede verse en la Tabla 5 son los marroquíes, con un 66,2%, población que, además de ser la más numerosa en la provincia, es la que más tiempo lleva asentada, factor fundamental para explicar la instalación de manera autónoma en el mercado de trabajo.

TABLA 5
PAÍS DE PROCEDENCIA DE LOS EMPRENDEDORES ÉTNICOS

País	Número	Porcentaje
Marruecos	90	66,2
Senegal	8	5,9
Guinea Bissau	1	0,7
Argelia	9	6,6
Liberia	1	0,7
Nigeria	1	0,7
Mauritania	5	3,7
Rumania	3	2,2
Cuba	1	0,7
Colombia	4	2,9
Ecuador	4	2,9
Pakistán	2	1,5
Chile	1	0,7
Panamá	1	0,7
Argentina	2	1,5
Camerún	1	0,7
Costa de Marfil	1	0,7
Sierra Leona	1	0,7
Total	136	100

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

Las *actividades empresariales* desarrolladas destacan por la complementariedad y diversidad de los servicios prestados. Los productos o el servicio ofertado en los negocios son fundamentales para explicar el posterior éxito de las empresas. Normalmente éstas tratan de solventar, por un lado, las necesidades no cubiertas por otros negocios ya establecidos y controlados por autóctonos, como puede ser la carne *halal*, por otro, la facilidad de convertirse en espacios de contacto y reunión con sus coétnicos.

Por ello, una de las principales características de los negocios regentados por inmigrantes es la alta alternancia de unas actividades con otras, dentro del mismo local. Sin duda esto se debe a una maniobra de ampliación de beneficios, dado que el margen que alcanzan con una sola actividad es reducido, de manera que se rentabiliza mejor con una mayor oferta de productos. Además, aunque en realidad pagan los impuestos municipales por una de ellas, después suelen aprovechar cualquier espacio para ofrecer un servicio más amplio.

En la recopilación de trabajo de campo lo primero que aparece es una gran complejidad en torno al tipo de negocios instalados. Para hacer frente a esta situación se han intentado catalogar los negocios a partir de una fusión de categorías de las empresas étnicas, con los trabajos de Ambrosini (1998), por un lado, y Light y Gold (2000), por otro.

En realidad, ambas pueden ser complementarias, la clasificación de Ambrosini es más genérica y da idea de las actividades empresariales desempeñadas, la de Light y Gold se centra: primero, en la propiedad de los negocios y, segundo, en la situación jurídico administrativa de sus propietarios, para este caso los inmigrados.

Conjugando ambas visiones o clasificaciones del empresariado étnico hemos confeccionado el Cuadro 2, que utilizaremos para, después, presentar y ordenar el resultado del trabajo de campo en la provincia de Almería.

La distinción entre la propiedad y el control étnico de los negocios se basa en conocer quién es el dueño de los mismos. A su vez, tanto la economía de propiedad étnica, como la economía étnicamente controlada están configuradas por subsectores formales, informales e ilegales. Así, el sector formal está compuesto por empresas que pagan sus impuestos y, por tanto, aparecen en los registros oficiales. El sector informal incluye empresas que aún produciendo u ofertando productos legales, no pagan impuestos ni están registrados. Por último, el subsector ilegal está formado por empresas que se dedican actividades o mercancías prohibidas, por ejemplo, venta de material musical –los conocidos como *manteros*–, drogas, juego, prostitución o falsificación de documentos¹⁰.

¹⁰ La clasificación propuesta de Light y Gold (2000) está revisada por Light en este mismo volumen.

CUADRO 2
TIPOLOGÍA DE EMPRESAS ÉTNICAS

TIPO	Denominación	Propiedad/Control	Situación Jurídico-Administrativa
A	EMPRESAS TÍPICAMENTE ÉTNICAS Ejemplos: –Alimentación –Carnicerías –Peluquerías	ECONOMÍA DE PROPIEDAD ÉTNICA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
		ECONOMÍA ÉTNICAMENTE CONTROLADA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
B	EMPRESAS INTERMEDIAS Ejemplos: –Agencias de viaje –Profesionales: médicos –Agencias de seguros	ECONOMÍA DE PROPIEDAD ÉTNICA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
		ECONOMÍA ÉTNICAMENTE CONTROLADA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
C	EMPRESAS EXÓTICAS Ejemplos: –Restaurantes –Bares –Teterías	ECONOMÍA DE PROPIEDAD ÉTNICA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
		ECONOMÍA ÉTNICAMENTE CONTROLADA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
D	EMPRESAS ABIERTAS Ejemplos: –Locutorios telefónicos –Envíos de dinero	ECONOMÍA DE PROPIEDAD ÉTNICA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
		ECONOMÍA ÉTNICAMENTE CONTROLADA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
E	EMPRESAS REFUGIOS Ejemplos: –Prostitución –Venta ambulante	ECONOMÍA DE PROPIEDAD ÉTNICA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL
		ECONOMÍA ÉTNICAMENTE CONTROLADA	FORMAL
			INFORMAL
			ILEGAL

FUENTE: Elaboración propia a partir de los modelos de Ambrosini (1998) y Light y Gold (2000).

El mismo cuadro nos sirve para presentar los 136 casos con los que hemos trabajado. Sólo presentamos aquellas casillas en las que encajan los negocios con los que contactamos a través de la encuesta u otras técnicas de recogida de material¹¹.

¹¹ En la obra *Inmigración y mercado de trabajo: el caso de la economía étnica en Almería* (Arjona, 2004) se incluye una ampliación de estas y otras actividades desarrolladas por inmigrantes.

CUADRO 3
NEGOCIOS ÉTNICOS RECOGIDOS EN TRABAJO DE CAMPO, ALMERÍA 2003.

DENOMINACIÓN		PROPIEDAD O CONTROL	SITUACIÓN	NÚMERO DE CASOS
EMPRESAS TÍPICAMENTE ÉTNICAS Ejemplos: –Alimentación –Carnicerías –Peluquerías (Total 44 casos)	P	Alimentación (10) Carnicerías (14) Carnicería-bazar-alimentación (1) Carnicería-locutorio (3) Artículos de peluquería (1) Peluquerías (2) (Total 31 casos)	Formal	Alimentación (8) Carnicerías (12) Artículo de peluquería (1) Peluquerías (2) Carnicería-locutorio (3)
			Informal	Alimentación (2) Carnicerías (2) Carnicería-bazar-alimentación (1)
	C	Alimentación (2) Carnicerías (9) Carnicería-locutorio (2) (Total 13 casos)	Formal	Alimentación (1) Carnicerías (9) Carnicerías-locutorio (2)
			Informal	Alimentación (1)
EMPRESAS EXÓTICAS Ejemplos: –Restaurantes –Bazares –Teterías (Total 35 casos)	P	Bares (12) Bazares (14) Restaurantes (2) Pastelería (1) (Total 29 casos)	Formal	Bares (11) Bazares (14) Restaurantes (1) Pastelería (1)
			Informal	Bares (1) Restaurante (1)
	C	Bar-carnicería (1) Bar-alimentación (1) Bazares (4) (Total 6 casos)	Formal	Bar-carnicería (1) Bar-alimentación (1) Bazares (4)
EMPRESAS ABIERTAS Ejemplos: –Locutorios telefónicos –Envíos de dinero (Total 57 casos)	P	Locutorios-envío dinero (20) Reparación electrodomésticos (1) Textil (3) Bolsos (2) Discos (1) (Total 27 casos)	Formal	Locutorios-envío dinero (19) Reparación electrodomésticos (1) Textil (3) Bolsos (2) Discos (1)
			Informal	Locutorios-envío dinero (1)
	C	Locutorios-envío dinero (29) Zapatería (1) (Total 30 casos)	Formal	Locutorios-envío dinero (29) Zapatería (1)

FUENTE: Elaboración propia a partir de los modelos de Ambrosini (1998) y Light y Gold (2000). Datos extraídos del trabajo de campo, 2003.

La clientela que acude a estos negocios va a variar dependiendo de la ubicación: los negocios situados en los incipientes enclaves tienen una clientela casi exclusivamente coétnica, frente a los negocios situados en otros lugares y, en especial, en zonas turísticas, caso de la Urbaniza-

ción de Roquetas de Mar y Aguadulce¹², donde se abastecen de clientes de diversa procedencia. La siguiente tabla basada en las respuestas de los propietarios, presenta esta cuestión.

TABLA 6		
CLIENTE PRINCIPAL SEGÚN ORIGEN		
	Número	Porcentaje
Compatriotas	85	62,5
Españoles	17	13,2
Otros inmigrantes	29	21,3
Todos	4	2,9
Total	136	100

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

Otra variable que puede contrastar el hecho de estar ante una economía étnica es analizar si tienen empleados y si éstos son mayoritariamente coétnicos. En la siguiente tabla se corrobora que, con un 72,8% incluyendo a los empleados que tienen contrato y los que no, los empresarios recurren a los trabajadores de su propia comunidad étnica para que trabajen en sus negocios.

TABLA 7		
EMPLEADOS COÉTNICOS		
	Número	Porcentaje
Sí, con contrato	59	43,4
Sí, pero sin contrato	40	29,4
No tienen empleados	34	25,0
Ns/Nc	3	2,2
Total	136	100

FUENTE: Elaboración propia a partir del trabajo de campo, 2003.

Además, tanto el dueño del negocio como los empleados afirman obtener escasos beneficios. Los primeros resaltan la interminable lista de gastos a los que deben hacer frente¹³ –seguridad

¹² Son numerosos los puestos ambulantes en los paseos marítimos donde los inmigrantes se dedican a hacer trencillas en el pelo, vender camisetas, gafas de sol, etc.

¹³ Bates (1997:249) sostiene que las pequeñas empresas de inmigrantes son improductivas. Después de descontar el capital invertido, los propietarios apenas cuentan con margen de beneficio. Dentro de esta lógica los bajos salarios de los empleados son una condición para su trabajo, dado que la empresa sólo puede existir si paga poco a sus trabajadores.

social, impuestos municipales, electricidad, seguros, etc.-. Los empleados, por su lado, también reconocen que su sueldo es bajo en relación a las horas dedicadas al negocio. Hasta el punto que en los negocios donde el empleado es un miembro de la familia ni siquiera percibe un salario.

Con estas premisas, podemos afirmar que los negocios étnicos en Almería son empresas con un carácter familiar debido a tres razones: primero, contienen un dinamismo construido en torno al ciclo de desarrollo del grupo doméstico; segundo, constituyen una unidad de producción pensada para aprovecharse de los recursos del mercado en expansión; tercero, se basan en la lealtad y el sacrificio, con bajos ingresos y muchas horas de trabajo, esto permiten que se mantenga abierto incluso en periodos de recesión económica (Boissevain y otros, 1990).

A modo de conclusión

La estructura del mercado de trabajo almeriense encaja con los supuestos teóricos de la corriente institucionalista. Su análisis, fundamentado empíricamente, refuerza la idea de un mercado de trabajo dual y segmentado, haciendo referencia a los distintos marcos de contratación y a las características del empleo, en función de la posibilidad de los inmigrados de insertarse en el sector primario o en el secundario.

En este sentido, cobra un interés primordial el análisis del contexto de recepción que pone de relieve, que la inserción en el mercado secundario está íntimamente relacionada con un contexto de acogida hostil, por lo tanto hay que entenderlo en el marco de unas políticas económicas discriminatorias que consideran a los inmigrados sólo aptos para ocupar determinados puestos de trabajo: los más flexibilizados, precarizados e inestables.

Además, el marco teórico de la incrustación social desarrollado en Europa proporciona claves para comprender el proceso de la economía étnica en Almería, aunque hemos necesitado incorporar un nuevo modelo (South-European Model) para explicar con mayor precisión las características de los países del sur de Europa. El contexto de recepción español es, en términos generales, hostil, dado que la normativa que recoge la fórmula de asentamiento de los extranjeros por cuenta propia en el Régimen Especial de Trabajador Autónomo (RETA) es discriminante con los extranjeros no comunitarios. Ahora bien, una vez conseguida toda la documentación exigida por ley para instalarse por cuenta propia, el contexto de recepción local se hace determinante frente al regional o nacional. O lo que es igual, con un marco legislativo común para todo el territorio español, el contexto de recepción más restrictivo puede ser el local.

Tras analizar la situación pormenorizada de los distintos municipios, se puede afirmar que Roquetas de Mar y Almería capital, son los lugares donde más negocios de empresarios inmigrados se instalan y mantienen abiertos, considerados contextos de recepción neutrales, ya que el

inmigrado ha conseguido, en ocasiones, participar en un mercado laboral mixto. El resto de municipios analizados son hostiles.

En estos contextos de recepción y desde un punto de vista interaccionista las estrategias y los recursos que movilicen los inmigrados son determinantes para su éxito empresarial, de manera que el empresario debe sortear toda una serie de obstáculos hasta conseguir instalar su negocio y que éste prospere. Se desencadenan los procesos de solidaridad endogrupal en los que distinguimos que tanto los empleados como los clientes son coétnicos.

Así, siguiendo la lógica de la teoría de la desventaja de la escuela norteamericana, en principio, para los inmigrados una alternativa laboral a la incorporación al mercado secundario es su instalación por cuenta propia, con la apertura de un negocio en propiedad o gestionado por él. De nuevo, lo determinante es el contexto de recepción.

No obstante, la incorporación al mercado de trabajo como autónomo, en torno a la proliferación de economías étnicas, debilita el proceso de asimilación de los inmigrados. En contra de los postulados de la Escuela de Chicago que anunciaban la asimilación, en las economías étnicas se refuerza la identidad étnica, los lazos entre los miembros se hacen más fuertes y pueden conseguir una mayor integración sin renunciar a las pautas culturales propias.

Por ello, una vez que el inmigrado ha conseguido sortear estas limitaciones e instala un negocio por su cuenta consigue mayor éxito económico que los demás coétnicos en el mercado abierto, gracias a una movilidad laboral ascendente. Su situación personal y familiar mejora sensiblemente y consigue una mayor integración en términos de participación social y económica.

Ahora bien, si las trabas jurídicas o sociales fueran más favorables junto al mantenimiento de los flujos migratorios podrían, en una segunda fase de esta migración, establecerse pequeños enclaves económicos que faciliten la inserción laboral para gran parte de los miembros del enclave, construyéndose un nicho protegido para las minorías étnicas. Pero, todavía hoy, la incorporación laboral como autónomos de los inmigrados en la provincia de Almería sigue siendo un reto.

Bibliografía

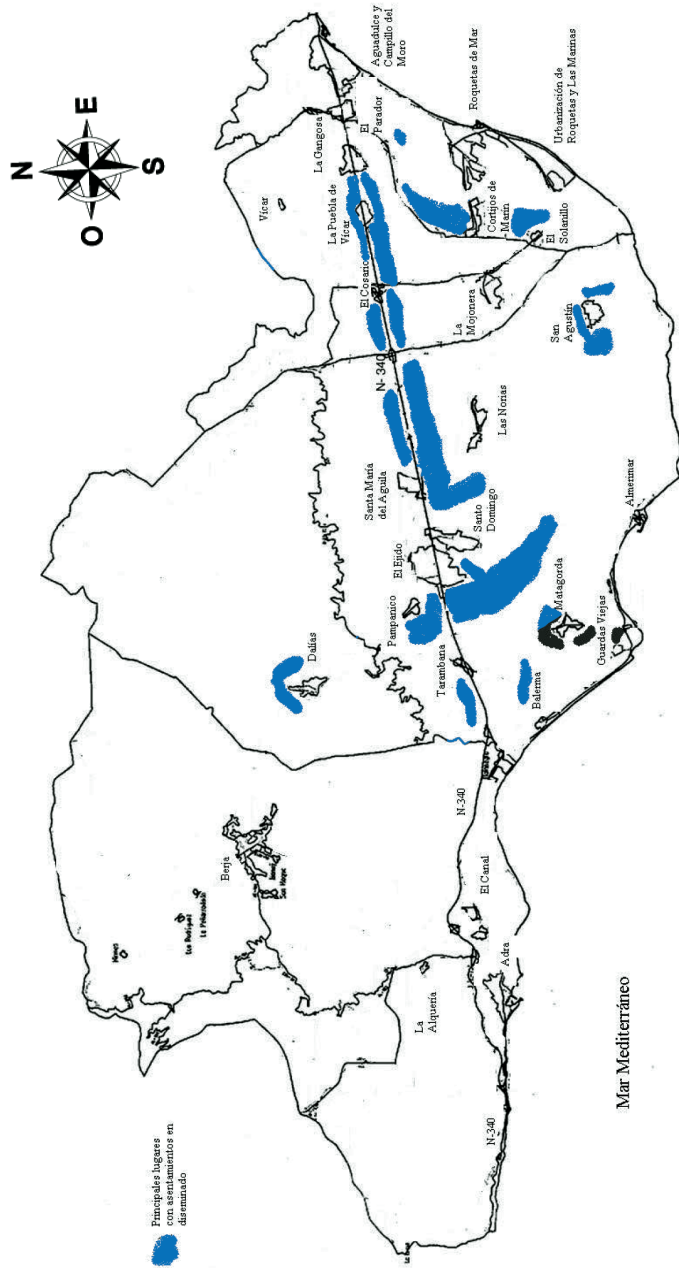
- AMBROSINI, M. (1998) "Ethnicité et marché du travail: les immigrés dans le système économique italien". *Sociología del Lavoro*, nº. 66-67, pp. 307-327.
- ARJONA, Á. (2004) *Inmigración y mercado de trabajo. El caso de la economía étnica en Almería*. Almería: Universidad de Almería.
- ARJONA, A.; CHECA, J. C. (2005) "Emprendedores étnicos en Almería. ¿Una alternativa laboral a la segmentación del mercado de trabajo? *Sociología del Trabajo*, nº. 54, pp. 101-125.
- BATES, T. (1997) *Race, Self-employment and Upward Mobility*. Baltimore: Johns Hopkins University.

- BELTRÁN, J. (2000) "Empresa familiar, Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino". *Ofrim/Suplementos*, nº. 6, pp. 29-54.
- (2003) *Los ocho inmortales cruzan el mar. Chinos en Extremo Occidente*. Barcelona: Bellaterra.
- BOISSEVAIN, J.; BLASCHKE, J.; GOTENBERG, H.; JOSEPH, K.; LIGHT, I.; SWAY, M.; WALDINGER, R. y WERBNER, P. (1990) "Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies", en R. Waldinger, H. Aldrich, y R. Ward (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres: Sage Publications, pp. 131-156.
- BONACICH, E. (1975) "Small Business and Japanese American Ethnic Solidarity". *Amerasia Journal*, nº. 3, pp. 96-112.
- BURGESS, E. W. (1928) "Residential Segregation in American Cities". *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, nº. 140, pp. 105-115.
- CEBRIÁN, J. A. y BODEGA, M. I. (2004) "La iniciativa empresarial del inmigrante", *Economistas*, nº. 99, pp. 116-122.
- DOERINGER, P. B. y PIORE, M. J. (1971) *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*, Lexington, Mas.: Lexington Books.
- (1983) "Los mercados internos de trabajo", en M. Toharia (comp.), *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*, Madrid: Alianza Universidad, pp. 341-386.
- HALLER, W. (2004) "Immigrant Entrepreneurship in Comparative Perspective: Rates, Human Capital Profiles and Implications of Immigrant Self-employment in Advanced Industrialized Societies". Ponencia presentada *Luxembourg Income Study Conference*, Bourglinster, Luxemburgo.
- IZQUIERDO, A. (2003) "¿Son los inmigrantes (irregulares) la expresión del analfabetismo y del subdesarrollo profesional?", en F. Checa, A. Arjona y J. C. Checa (eds.). *La integración social de los inmigrados*, Barcelona: Icaria, pp. 287-299.
- KLOOSTERMAN, R. (2000) "Immigrant Entrepreneurship and the Institutional Context: a Theoretical Exploration", en J. Rath (ed.), *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*, New York: St. Martin Press, pp. 90-106.
- KLOOSTERMAN, R., VAN DER LEUN, J. y RATH, J. (1999) "Mixed Embeddedness, (In)formal Economic Activities and Immigrant Businesses in the Netherlands". *International Journal of Urban and Regional Research*, nº. 23, pp. 252-266.
- LIGHT, I.; GOLD, S. (2000) *Ethnic Economies*, San Diego: Academic Press.
- MASSEY, D. (1988) "International Migration and Economic Development in Comparative Perspective", *Population and Development Review*, nº. 14, pp. 383-414.
- MEILLASSOUX, C. (1977) *Mujeres, graneros y capitales*, México: Siglo XXI.
- MORERAS, J. (2002) *Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona: CIDOB.
- ORTIZ, J. (2002) "Incidencia económica de la población extranjera migrante en Andalucía: una caracterización", en AAVV, *Inmigración extranjera en Andalucía. Investigación de la inmigración extranjera en Andalucía*, Sevilla: Junta de Andalucía, pp. 57-72.
- PARK, R. E. (1936) "The Nature of Race Relations": *Race and Culture*, Glencoe: Free Press, pp. 81-116.

- PIORE, M. (1979) *Birds of passage*. New York: Cambridge University Press.
- PIORE, M. J.; BERGER, S. (1980) *Dualism and Discontinuity in Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PORTES, A.; BÖRÖCZ, J. (1989) "Contemporary Immigration: Theoretical Perspectives on its Determinants and Modes of Incorporation", en *International Migration Review*, vol. 13 n°. 3, pp. 606-630.
- PORTES, A.; WILSON, K. (1980) "Immigrants Enclaves: An Analysis of the Labor Markets Experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology*, n°. 86, pp. 295-319.
- PORTES, A. y ZHOU, M. (1992) "En route vers les sommets: perspectives sur la question des minorités ethniques". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8, n°. 1, pp. 171-192.
- SAIZ, A. (2005) "Mujeres empresarias chinas en un contexto migratorio. Adaptación y continuidad", en F. Checa (ed.) *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria, pp. 55-83.
- SASSEN-KOOB, S. (1989) "The International of the Labor Force". *Studies in Comparative International Development*, n°. 15, pp. 3-25.
- SOLÉ, C.; PARELLÁ, S. (2005) *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Cidob.
- TRINIDAD, M. L. (2002) "El trabajo por cuenta propia", *Proyecto Situación de la Inmigración en Andalucía*, pp. 439-454 (mimeo).
- WALDINGER, R. (1990) *Ethnic Entrepreneurs, Immigrants Business in Industrial Societies*. Londres: Sage Publications.
- WALDINGER, R., ALDRICH, H., y WARD, R. (1990) "Opportunities, Group Characteristics and Strategies", en Waldinger y otros, *Ethnic Entrepreneurs, Immigrants Business in Industrial Societies*. Londres: Sage Publications, pp. 13-48.
- WILSON, K. y MARTIN, W. (1982) "Ethnic Enclaves: A Comparison of the Cuban and Black Economies in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 88, pp. 135-160.
- WIRTH, L. (1928) *The Ghetto*. Chicago: University of Chicago Press.

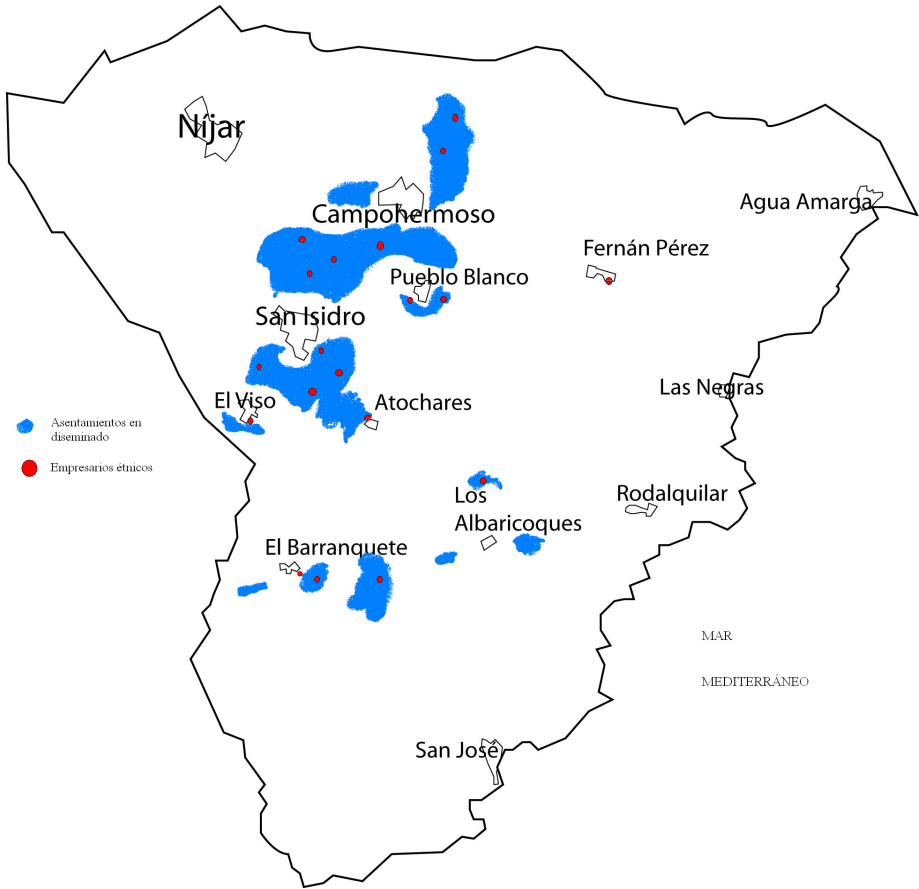
MAPA I

NÚCLEOS URBANOS Y DISEMINADOS DEL PONIENTE ALMERIENSE DONDE VIVEN E INSTALAN LOS NEGOCIOS LOS INMIGRADOS EXTRACOMUNITARIOS



Fuente: Elaboración propia.

MAPA 2
MAPA DE LA COMARCA DE LEVANTE: CAMPOS DE NIJAR



Fuente: Elaboración propia.

Fuente: Elaboración propia.

Vender en la calle*

José Luis Molina y Aurelio Díaz

Introducción

La primera impresión que tiene un observador en cualquier ciudad del mundo cuando se encuentra con la venta en la calle es que existe una cierta *organización*, ya sea por ver los mismos productos en diferentes sitios, legales o ilegales, ya sea por lo que parece una especialización “étnica” en los tipos de productos vendidos. Una “organización” así implicaría una actividad económica estable (con beneficios, por definición). Y dónde hay comercio hay empresarios. La realidad es algo diferente, por lo menos según nuestra experiencia.

A partir de los datos recogidos en el estudio¹ encargado por la *Direcció de Serveis de Participació Social* del Ayuntamiento Barcelona a un equipo de trabajo del GRAFO² sobre la venta en la calle en la ciudad de Barcelona durante el año 2001, sugerimos que en la venta en la calle convergen no una, sino diferentes realidades y que éstas son muy variables, precisamente por su característica de situarse en la escala más baja de la distribución comercial. En esta realidad la existencia de un “empresariado” sólo es cierta para un tipo de productos de venta (aquéllos con

* A principios del 2006 ha entrado en vigor una ordenanza municipal que prohíbe la venta en la calle y aumenta la presión policial (una de las variables que se tuvieron en cuenta en este trabajo), por lo que esta descripción de la venta en la calle deberá ser contextualizada debidamente en el período de la realización del estudio.

¹ La investigación se inició en enero del 2001 y el trabajo de campo se llevó a cabo de enero a octubre del mismo año. Los meses de noviembre y diciembre se emplearon en analizar los datos y redactar los informes. Se trata, por tanto, de una primera aproximación al fenómeno. Los trabajos realizados durante la investigación consistieron en: análisis de información bibliográfica, explotación de fuentes de datos secundarios (IAE, decomisos, etc.), entrevistas en profundidad a vendedores de diversos tipos e informantes institucionales (expertos, policías municipales, responsables políticos y administrativos) y dos observaciones extensivas de la ciudad por parte del equipo de investigación.

² *Grup de Recerca en Antropologia Fonamental i Orientada*, grupo de investigación reconocido por la UAB y dirigido por Teresa San Román.

más valor añadido, como la artesanía o las copias ilegales), siendo la mayor parte de las ocasiones una actividad de refugio de personas que no tienen otras opciones para sobrevivir o una actividad complementaria de otra principal. En los meses de más afluencia de turistas, esta venta también es realizada por comerciantes profesionales que disponen de un cierto capital para la compra de productos *in situ* (gracias a créditos rotatorios o a préstamos) o de productos importados, normalmente artesanías. En este último caso, la venta en la calle es también complementaria de la venta en los márgenes de los mercados y mercadillos.

Esta realidad tan compleja cambia cada año, al variar los condicionantes de la venta callejera que describiremos a continuación. Sin embargo, para el comprador, turista o no, el adquirir, con o sin regateo, una rosa, un CD, unas gafas de sol o unos ajos, es una actividad homogénea y estable, un acto único: apreciar ventajosa una compra por *precio y proximidad* a una persona con la que no sólo no existen relaciones previas sino con la que cualquier relación fuera de la compra-venta sería extraña. Seguramente no volverán a encontrarse. Esta apreciación puede ser el final como acabamos de mencionar de una actividad complementaria, de un sistema de distribución ilegal, de una actividad de temporada o de una venta de autoproducción respectivamente. ¿Qué empresa puede ser rentable compitiendo exclusivamente por precio, sin posibilidad de fidelizar ni de ofrecer servicios complementarios y llevando allí donde esté el cliente anónimo el producto sin capacidad de negociación excepto para no vender cuando el precio de coste y el de venta son iguales? La respuesta es sencilla: ninguna. A menos que los costes de esta distribución comercial *sui generis* se trasladen a las personas que la realizan, ya sea por no disponer de otra alternativas de subsistencia (como consecuencia por ejemplo de su situación irregular), o por tratarse de hecho de actividades complementarias de otra actividad principal. O a menos que el margen de beneficio sea alto, como ocurre con los productos ilegales. En este último caso, la venta en la calle es especialmente adecuada pues por su naturaleza no puede operar en mercados o mercadillos estables.

Decimos venta en la calle, o venta callejera, en lugar de venta ambulante, porque el foco de nuestro estudio ha sido precisamente ése: la venta fuera de los lugares habilitados para ello, incluidos mercados y mercadillos. Así, hemos distinguido diferentes tipos de venta no sedentaria, regular o irregular: la venta ambulante, la venta directa y la venta en la calle.

Para los fines de este trabajo, entendemos por *venta ambulante*, la venta itinerante que se realiza en el marco de ferias, mercados o mercadillos. Este tipo de actividad acostumbra a incluir un medio de transporte, una especialización en el producto y un itinerario. Requiere un permiso municipal y el pago de unas tasas, la licencia de actividad económica y el alta como trabajador autónomo³.

³ La regulación administrativa de estas actividades en Cataluña figuran en el Capítulo III del Decreto Legislativo 1/1993 de 9 de Marzo sobre regulación del comercio interior. Véanse especialmente los artículos del 9 al 15. En Barcelona, esta actividades están reguladas en el artículo 39 de la Ordenanza sobre el uso de las vías y los espacios públicos (establecimientos de venta no sedentaria).

Por *venta directa* entendemos aquella que se realiza en establecimientos o domicilios particulares a clientes habituales. Una variante de este tipo de venta sería la “venta intracolectivo” o aquella venta que se realiza entre personas que pertenecen a una misma comunidad social, étnica u ocupacional.

Por último, por *venta en la calle*, entendemos la venta que se realiza exponiendo de forma precaria productos en la calle, sin un espacio dedicado a este fin (“parcheo”⁴). A pesar de que la definición no sería plenamente aplicable, se podría incluir en esta categoría la venta de *La Farola*, los CDs y la de rosas.

Presentamos a continuación las principales conclusiones del estudio. Intentaremos, más adelante, interpretar estas conclusiones a la luz de las diferentes teorías disponibles.

Conclusiones del estudio

De forma sumaria, podemos apuntar las siguientes conclusiones:

1. *La venta en la calle en la ciudad de Barcelona es básicamente una alternativa de subsistencia de colectivos en situación precaria.* Personas identificadas como procedentes de la India y Pakistán (38%) aparecen como las más numerosas en las dos observaciones realizadas en la ciudad. Este hecho se explica a partir de dos situaciones que pueden darse simultáneamente: o bien estos hombres (80%) que “parchean” en la calle no están regularizados y, por lo tanto, no pueden optar a algunas de las oportunidades ocupacionales propias del colectivo (u otras oportunidades), o bien las alternativas (venta de rosas, butano, etc.) son todavía peores. Estos comentarios también son aplicables al colectivo chino, tercero en importancia en el total de las dos observaciones (12%). El segundo colectivo en importancia es el gitano (25%). Se trata de mujeres que llevan más de 20 años vendiendo ropa, cosméticos u otros productos alrededor de los mercados. En este caso, suelen percibir la prestación PIRMI (ayuda económica compensatoria en Cataluña). Por último, nos encontramos representaciones más o menos equivalentes de jóvenes subsaharianos y latinoamericanos.

2. *Sin embargo, la venta en la calle es también una actividad complementaria para la obtención de ingresos adicionales, bien sea revendiendo productos baratos o vendiendo productos de artesanía.* Con la excepción de algunos casos de estudiantes y de colectivos alternativos que pueden vender ocasionalmente productos de alimentación (bocadillos, cerveza, etc.) en días festivos, la venta en la calle permite obtener algunos ingresos adicionales a personas que tienen

⁴ Este tipo de venta no está permitida. Véase el artículo 70 (Infracciones específicas en materia de comercio y defensa de los usuarios y consumidores) de la Ordenanza sobre el uso de las vías y los espacios públicos de Barcelona.

otra ocupación (trabajo temporal en fábricas y talleres) o a artesanos que no pueden vivir de la venta de su trabajo en otros circuitos (mercados y tiendas) y aprovechan los fines de semana y las vacaciones para vender en la calle.

3. *Igualmente, la venta en la calle es un fenómeno estacional, que implica la llegada de vendedores especialmente para vender a los turistas.* El número de vendedores en la calle y, correlativamente, la presión policial y los decomisos, aumentan en el verano y las vacaciones de Navidad. Vendedores de artesanías (y también de productos comprados a mayoristas de Barcelona) hacen la temporada de venta no sólo en Barcelona, sino en las poblaciones turísticas de la costa y, en general, en los lugares en los que piensen que pueden vender mejor.

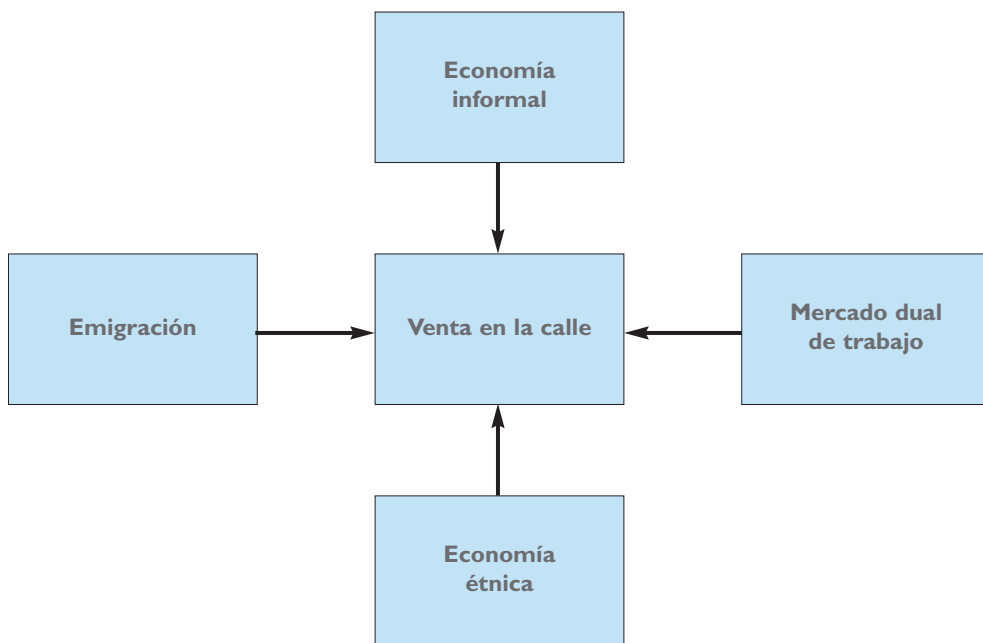
4. *La venta en la calle es mayoritariamente de productos legales comprados a mayoristas.* Los vendedores compran productos baratos a los mayoristas de las calles Princesa, Trafalgar y Boquería. Los vendedores ambulantes (de mercadillos) amplían la lista de proveedores a fábricas y mayoristas de Badalona, Mataró y otras poblaciones del entorno de Barcelona.

Estos mayoristas no sólo venden a vendedores callejeros, aunque éstos constituyen una clientela importante que se podría llegar a valorar en una segunda etapa de la investigación. La venta de productos ilegales (CDs, tabaco, marcas falsificadas) se sitúa alrededor de un 25% del total *observado*, lo cual no quiere decir que no sea mayor. La venta de CDs fue especialmente perseguida durante la realización del estudio, sobre todo a partir de la denuncia de la Sociedad General de Autores de España (SGAE). Aparte de CDs de juegos vendidos de forma ocasional por jóvenes, los CDs de música son vendidos por hombres subsaharianos, algunos pakistaníes y jóvenes magrebíes. Se trata de un producto atractivo porque el margen es alto (más del 60%), es fácil de transportar y dispone de una gran demanda. En cambio, el tabaco cada vez es una actividad menos atractiva (0,15 euros de margen por paquete).

5. *Se estimaron entre ochocientos y mil los vendedores en la calle durante el año 2001, incluidos en este caso "limpias" de coches, vendedores de rosas y de La Farola.* Para realizar esta estimación se procedió a un recuento a partir de las entrevistas realizadas en cada uno de los Distritos de la ciudad y de las observaciones directas por parte del equipo de trabajo de campo. Estos vendedores se localizan, con diferencia, en el centro de la ciudad en primer lugar y en la zona del Puerto Olímpico en segundo.

Hasta aquí hemos descrito someramente las principales conclusiones del estudio de la venta ambulante en la Ciudad de Barcelona. Ahora bien, ¿cómo explicar esta realidad? Para ello pasaremos revista a los diferentes marcos teóricos que pueden ayudarnos a entender la descripción realizada. Estos marcos teóricos, como se muestra en el Cuadro 1, son: la economía informal, el mercado dual de trabajo, la economía étnica y las teorías sobre la emigración.

CUADRO I
MARCOS TEÓRICOS PARA EXPLICAR LA VENTA EN LA CALLE



La venta en la calle como economía informal

La formulación del concepto de sector informal se debe al antropólogo británico K. Hart (1973) en una comunicación realizada en el simposio celebrado en el *Institute of Development Studies* de la Universidad de Sussex en 1971. Hasta los años setenta, las actividades “informales” o “sumergidas” habían sido sistemáticamente ignoradas. A partir de ese momento empieza a aparecer la idea de que los productos y los servicios no se tenían que producir necesariamente en el contexto de empresas y organizaciones sino en el complejo entramado de las relaciones informales (Mingione, 1993: 110 y ss.). La economía protagonizada por grandes organizaciones burocráticas integradas verticalmente empezó a dar paso, a partir de la crisis de 1973, a un crecimiento continuado del sector servicios y a una flexibilización de las estructuras organizativas industriales. En este contexto, el campo para las actividades informales, no reguladas o sin la protección de convenios laborales, creció en la misma medida. Castells y Portes, dos autores que han realizado contribuciones en este campo, presentan, en palabras de Ambronisi (1988),

la naturaleza de la economía informal como un *proceso* en lugar de como un objeto claramente definible. Las actividades catalogadas como “economía informal” «no están reguladas por medio de las instituciones de la sociedad, en el ambiente legal y social en el que se regulan actividades similares» (1989:12). Castells y Portes (1989) proponen el siguiente cuadro:

CUADRO 2
TIPOS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

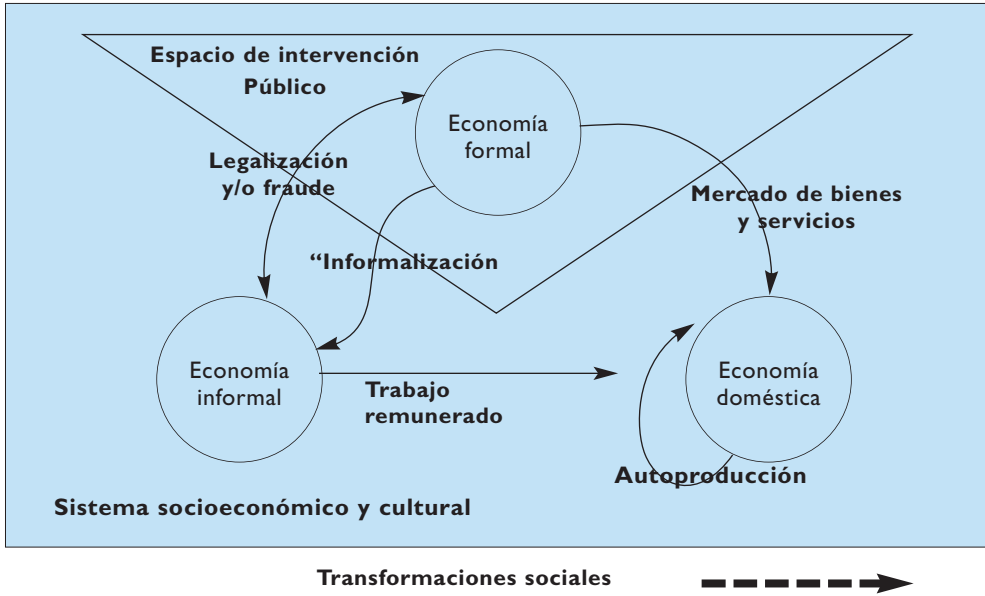
Proceso de producción y distribución	Producto final	Tipo de economía
+	+	Formal
-	+	Informal
+ ó -	-	Delictiva

+ = Lícito
- = Ilícito

Según Pahl (1991) el conjunto del trabajo de una sociedad puede ser definido como un complejo de relaciones entre la economía doméstica, la economía formal y la informal. La economía informal estaría delimitada, más que por la naturaleza de sus actividades, por el área de la intervención pública, ya sea mediante impuestos, regulaciones o intervenciones. En el Cuadro 2 se puede observar cómo la economía formal, llevada a cabo por grandes burocracias, públicas o privadas, y sus satélites, está orgánicamente relacionada con la economía informal, al igual que las economías domésticas que utilizan, por ejemplo, mano de obra como trabajo doméstico.

Según esta perspectiva, la venta en la calle sería una *actividad sumergida* desde el punto de vista que los vendedores no disponen de licencia de actividad y no pagan el IAE. Ahora bien, esta visión es demasiado simplista por la sencilla razón que la mayor parte de los productos vendidos por estos vendedores es comprada *legalmente* a los mayoristas de Princesa, Trafalgar y Boquería, mayoristas chinos, catalanes y pakistaníes. A estos mayoristas se suman los puntos de distribución de ropa de Badalona y Mataró, principalmente. Es cierto que estos mayoristas venden tanto a los vendedores ambulantes legalizados como a los vendedores callejeros, pero estos últimos representan una parte importante de la clientela. Por tanto, nos encontraríamos delante de una situación similar a la descrita por Edna Bonacich en Los Ángeles (2000): la supuesta economía étnica de empresarios coreanos de talleres de confección no es sino un conjunto de suministradores de una potente industria textil sin la cual estas actividades no serían posibles. En este caso, los vendedores callejeros distribuyen los productos comprados a estos mayoristas.

CUADRO 3
RELACIONES ENTRE LA ECONOMÍA FORMAL, LA INFORMAL Y LA DOMÉSTICA



Por último, algunos informantes institucionales han comentado la posibilidad de que algunas fábricas de ropa de marca utilizan la “venta ambulante” (no necesariamente la venta en la calle) como mecanismo de distribución alternativo, aunque este extremo no ha podido ser comprobado. Estos informantes alegan que los productos de muchos vendedores proceden de fábricas de ropa de marca con alguna tara. Por lo tanto, la venta en la calle sería economía informal o sumergida tanto por el lado de los vendedores (carencia de regularización, carencia de permisos), como por el lado de fabricantes y mayoristas, que utilizarían en este caso medios de distribución irregular.

La venta en la calle como economía étnica

Ivan Light (1972, 1988, 2000), Edna Bonacich (1988, 2000) y Alejandro Portes (1985, 1986, 1987, 1994), entre otros, han mostrado vívidas imágenes de asociaciones de crédito de larga tradición en pleno funcionamiento, minorías intermediarias con el sistema industrial que emplean miles de trabajadores del mismo grupo étnico (o de otros grupos) y emprendedores que atraviesan las fronteras manteniendo negocios transnacionales, respectivamente. El caso de Miami es especialmente paradigmático: Portes (1996) documenta el proceso de construcción de una

“comunidad moral” de los refugiados cubanos, una comunidad que permite el acceso a mano de obra barata mediante relaciones de confianza, a capital, formación y experiencia para la puesta en marcha de nuevos negocios y que invierte sus ahorros en bancos cubanos. Todo un enclave étnico.

Aunque existen diferentes visiones del tema, la cuestión fundamental del concepto de “economía étnica” es el aprovechamiento de relaciones de reciprocidad y solidaridad como ventajas competitivas en entornos hostiles. En Barcelona, si bien es cierto que cada colectivo aprovecha determinados nichos ocupacionales o de negocios (Martínez Veiga, 1997), difícilmente podemos hablar de la existencia de “enclaves étnicos”. No obstante, sí hemos podido documentar la existencia de tandas de crédito entre vendedores ambulantes senegaleses, créditos informales entre pakistaníes y asociaciones coyunturales para la compra de productos de reventa. A modo de ejemplo:

Ahorró durante casi cinco años para coger el traspaso de una carnicería musulmana que pertenecía a otro pakistaní. No era exactamente un traspaso, él le dio el dinero que tenía y acordaron que iría pagándole el resto poco a poco. No firmaron ningún tipo de contrato, “sólo la palabra”. Dice que este modo de arreglar préstamos o negocios es lo más habitual entre ellos, no suelen recurrir a los bancos porque no tienen avales. El pacto se basa en la confianza. Tuvo la carnicería durante unos cuatro años pero empezaron a abrir varias de marroquíes y había demasiada competencia, por lo que la traspasó y empezó con el locutorio en el que está ahora. También lo cogió con un traspaso, con el dinero del de la carnicería, pero aún lo está pagando. No tiene empleados, aunque a veces se queda durante unas horas un chico con el que tiene confianza y que se dedica a hacer instalaciones telefónicas.

En el caso de venta en la calle podemos hablar de economía étnica solamente en sentido negativo: las alternativas de trabajo disponibles en el colectivo de referencia son todavía peores. Los hombres pakistaníes cuya principal ocupación es la venta callejera disponían como alternativas el reparto sin sueldo de bombonas de butano; los hombres y mujeres chinos en la misma situación el trabajo en talleres ilegales o restaurantes.

Por otra parte, la venta ambulante se ha asociado a grupos étnicos con tradiciones culturales en la venta: gitanos, senegaleses y ecuatorianos otavaleños. Esto es cierto. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la venta callejera que es la que nos interesa en este caso se sitúa por debajo de la venta ambulante (márgenes mínimos y presión policial) y que en los tres colectivos mencionados se disponen de familiares o conocidos del mismo grupo que disponen de puestos en los mercados y mercadillos o que pueden proporcionar información y recursos.

Naturalmente, la regularización de las personas que venden en la calle continúa siendo la variable explicativa principal. Las otros dos corrientes teóricas, las teorías sobre la inmigración y el mercado dual de trabajo se analizan en el siguiente apartado.

Emigración y segmentación del mercado de trabajo capitalista

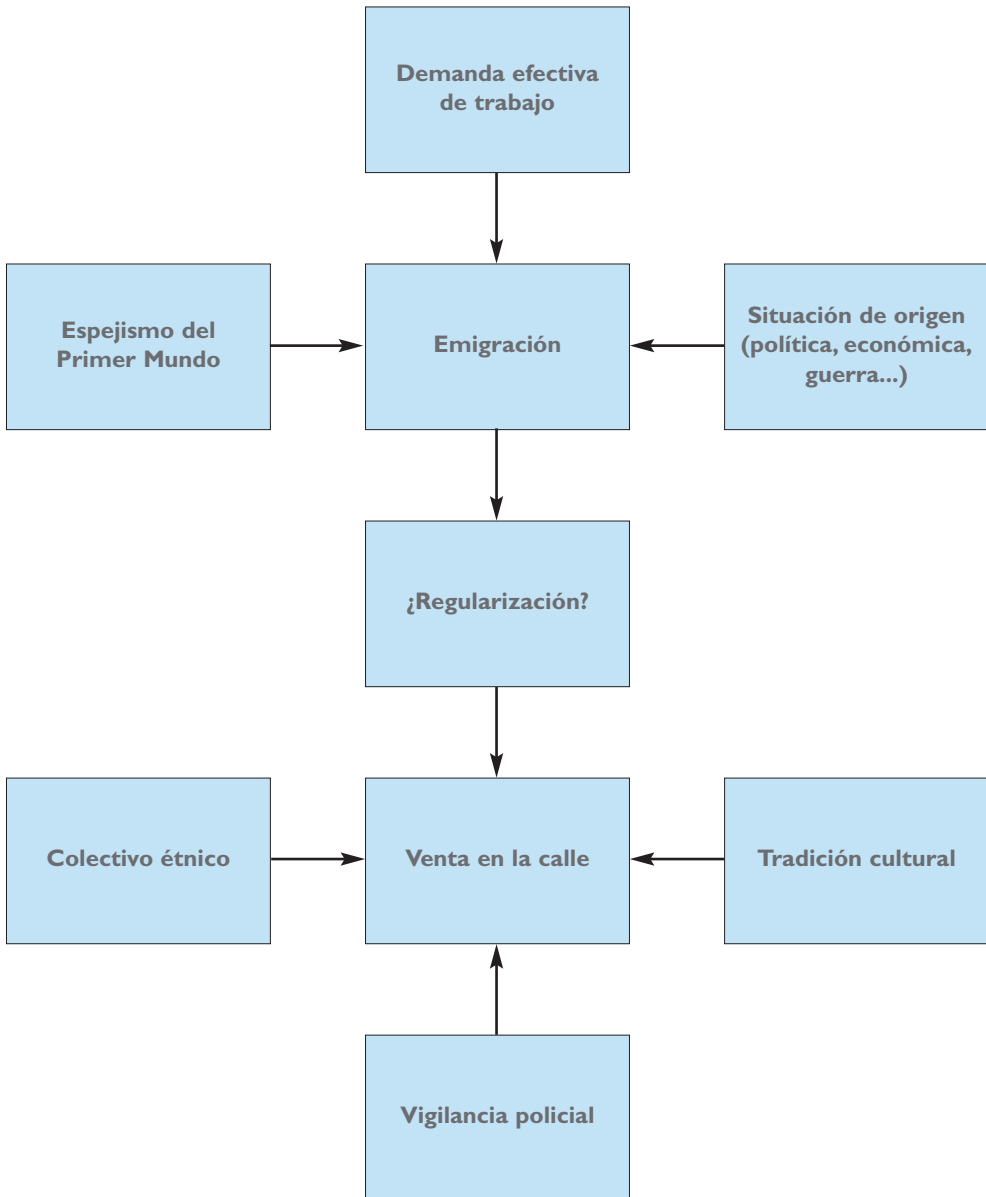
En el Cuadro 4 se muestran las diferentes variables que intervienen en la venta en la calle. Como puede verse, existen dos factores destacados: la demanda efectiva de mano de obra en primer lugar, a la que se suman otros factores como el espejismo del primer mundo y las situaciones de los países de origen y, en segundo lugar, la regularización de las personas inmigradas, regularización que determina en buena parte su estructura de oportunidades. Además, hay que tener en cuenta las posibilidades ocupacionales del colectivo de referencia, la presión policial y, en nuestro caso, la existencia o no de tradición cultural en la venta.

Martínez Veiga (1997, 1998) defiende la tesis de que la variable principal a la hora de explicar el proceso migratorio es la demanda efectiva de trabajo, aparte de las motivaciones propias de cada caso. Esta población no compete, de hecho, con la población autóctona:

Lo que se produce en este caso es lo que I. Light y E. Bonacich (1988) llaman “facilitación étnica”, por la cual la presencia incipiente de trabajadoras/es inmigrantes en un determinante nicho laboral envía señales a los que llegan de nuevo acerca de las posibilidades de trabajo. Cuando este fenómeno se amplifica, como en el caso que estamos estudiando, el sistema de reclutamiento se realiza a través de redes de familia, amistad o simplemente de pertenencia a un origen común. Con esto se crea un nicho laboral inmigrante, por lo cual, las posibilidades de empleo en él se apartan del mercado abierto y se ofrecen únicamente al grupo inmigrante. Este fenómeno ha tenido lugar en el caso del empleo doméstico interno en la zona del noroeste madrileño. Aunque sí sabemos que no se ha producido competición porque las trabajadoras nativas habían abandonado este trabajo antes de que las dominicanas llegasen, la constitución de estos nichos puede ser un modo de enmascarar la competición, en cuanto que los trabajos se quitan literalmente del mercado y son ofrecidos únicamente a la minoría inmigrante. Aunque se trata en este caso de un sistema de trabajos degradados y bajos salarios, no se puede resistir uno a comparar esta situación con la que ocurre a veces en las más altas esferas de la vida política, administrativa, financiera y académica. Aquí tampoco se produce competición entre unos y otros en el mercado de trabajo porque estos puestos de una manera o de otra han sido “quitados” de este mercado. (Martínez Veiga, 1998:23).

De esta forma se configuran diferentes segmentos de mercado de trabajo (no necesariamente dos), siendo los más bajos ocupados por inmigrantes. Existe, de hecho, una contradicción: por una parte, existe una demanda efectiva de mano de obra para puestos de trabajo no ocupados por autóctonos (como confirman las entrevistas realizadas con las asociaciones empresariales); y por otra, existe una política restrictiva de inmigración no comunitaria, representada especialmente por la Ley de Extranjería vigente en ese momento (4/2001 de 11 de enero).

CUADRO 4
VARIABLES QUE INTERVIENEN EN LA VENTA EN LA CALLE EN LA CIUDAD DE BARCELONA (2001)



En el fenómeno migratorio hemos identificado variables endógenas, como la situación de origen de los países emisores de emigrantes. Dentro de estas variables podemos identificar motivaciones económicas, políticas y personales; por ejemplo:

Estudió hasta los catorce años, edad en la que murió su padre y tuvo que ponerse a trabajar, junto con su hermano mayor, para sostener a la familia. Su hermano también trabajaba en el campo y sigue en Pakistán. Entre los dos hicieron el pacto de que él vendría a Barcelona para trabajar y ahorrar el dinero necesario para montar una tienda de alimentos en su pueblo y, mientras, el hermano se haría cargo de su madre y de las tierras de la familia. Decidieron que viniera él porque es soltero, mientras que su hermano está casado y tiene dos hijos.

A las razones económicas hay que sumar las políticas en algunos casos:

En Pakistán era estudiante de economía. Salió del país en el año 1989. Tuvo que salir huyendo porque se peleó con un hombre a quien disparó en la pierna por motivos políticos. Fue a una “agencia de trabajo” a la que pagó 3.000 dólares para trabajar en Europa durante un año. Llegó en avión a Turquía desde donde le pusieron a trabajar, con un contrato de un año, en un barco por Mallorca.

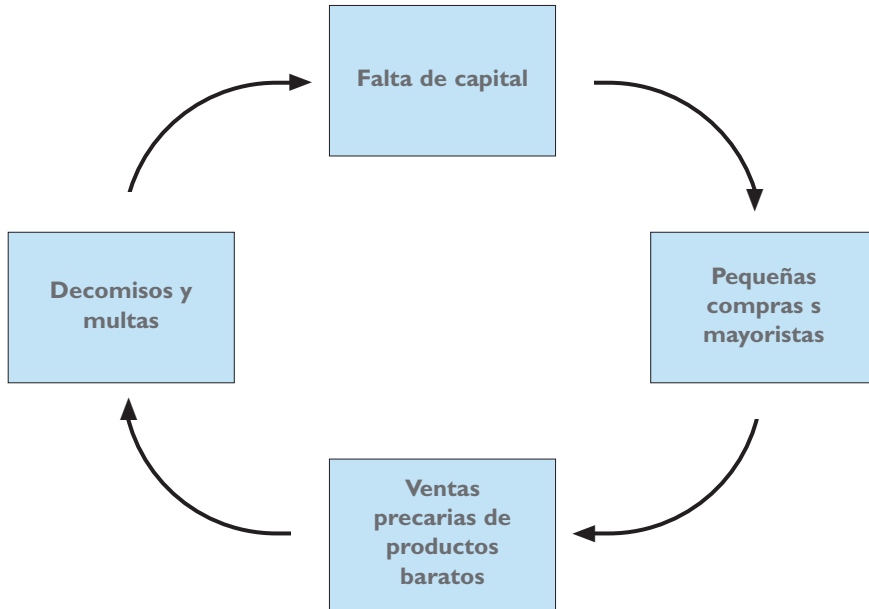
Por último, en el discurso de la decisión de emigrar no faltan las referencias a ensoñaciones y expectativas personales:

Según cuenta, ya desde muy joven (alrededor de los 13 años) soñaba con emigrar a “algún otro lugar”. Abandonó la escuela y comenzó a trabajar con su madre en la venta de productos que ellos mismos cultivaban. Más tarde, se inició en el negocio de venta de repuestos de automóvil con su hermano mayor en Dakar durante unos meses, pero el negocio no prosperó. A los 18 años, una vez que pudo reunir el dinero suficiente para venir a Europa, decidió partir: pasó a Mauritania, llegó hasta Argelia y de allí a Marruecos y a España.

En resumen, a la existencia efectiva de un mercado secundario para inmigrantes (construcción, servicio doméstico, restauración, agricultura, etc.) se suman situaciones de necesidad en los países de origen y la vívida imagen de un mundo de oportunidades transmitida por los medios de comunicación y por las historias de éxito de los emigrantes que vuelven. Es por esto por lo que muchos inmigrantes se niegan a irse pese a la situación precaria en la que se encuentran: a menudo tienen deudas que devolver, una familia que espera sus remesas, un prestigio que mantener.

La presión policial desplaza a estos inmigrantes de unas zonas a otras y contribuye a cerrar lo que hemos llamado el círculo vicioso de la venta en la calle: pequeñas compras (a causa de la falta de recursos y de la amenaza de los decomisos) llevan a vender con márgenes ínfimos:

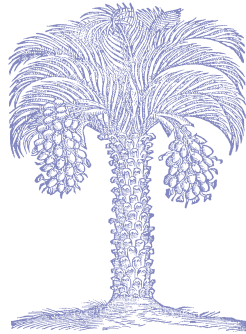
CUADRO 5
EL CÍRCULO VICIOSO DE LA VENTA EN LA CALLE



La venta en la calle es un fenómeno cambiante en el que inciden, como hemos visto, diferentes factores. Sin negar la existencia de actividades ilegales, hemos observado principalmente inmigrantes no regularizados que venden en la calle como actividad de refugio (Ambrosini, 1988), es decir, sin otras alternativas. Esta actividad es realizada de forma individual y con pequeñas compras a mayoristas. Los empresarios o bien utilizan a los vendedores como canales de distribución de productos ilegales, traspasándoles el riesgo, o bien se trata de empresarios situados en la economía formal, que actúan como mayoristas. La venta de temporada por parte de comerciantes itinerantes también tiene una cierta presencia, aunque especialmente alrededor de los mercados y mercadillos, donde también se encuentran colectivos tradicionales en esta actividad como los gitanos. En esta venta de temporada hemos apreciado algunos casos de existencia de lazos de solidaridad y de créditos rotativos. En la mayor parte de los casos observados sin embargo, los recursos sociales (o “étnicos”, si se prefiere) brillan por su ausencia. La calle es el primer recurso, irregular y precario, para ganarse la vida. Y a veces el único.

Bibliografía

- AMBROSINI, M. (1998) "Intereses ocultos: la incorporación de los inmigrantes a la economía informal". *Migraciones*, n.º. 4, pp. 111-151.
- BONACICH, E. (1973) "A Theory of Middleman Minorities". *American Sociological Review*, vol. 88, pp. 583-594.
- BONACICH, E. y APPELBAUM, R. P. (2000) *Behind The Label. Inequality in the Los Angeles Apparel Industry*. Berkeley: University of California Press.
- CASTELLS, M.; PORTES, A. (1989) "World Underneath: The Origins, Dynamics and Effects of the Informal Economy", en A. Portes; M. Castells y L.A. Benton, eds. (1989) *The Informal Economy. Studies in Advanced and Less Developed Countries*. Baltimore y Londres: The Johns Hopkins University Press pp. 11-37.
- LIGHT, I. (1972) *Ethnic Enterprise in America. Business and Welfare Among Chinese, Japanese, and Blacks*. Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I y BONACICH, E. (1988) *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1982*. Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I. y GOLD, S. J. (2000) *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. (1997) *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid: Trotta.
- PORTES, A.; BACH, R. D. (1985) *Latin Journey. Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley: University of California Press.
- PORTES, A.; MANNING, R. (1986) "The Immigrant Enclave: Theory and Examples", en J. Nagel y T. Olzak (eds.), *Competitive Ethnic Relations*. Orlando: Academic Press.
- PORTES, A.; JENSEN, L. (1987) "What's an Ethnic Enclave? The Case for Conceptual Clarity". *American Sociological Review*, vol. 52, n.º. 6, pp. 768-771.
- PORTES, A., M. CASTELLS y L. A. BENTON, eds. (1989) *The Informal Economy. Studies in Advanced and Less Developed Countries*. Baltimore y Londres: The Johns Hopkins University Press.
- PORTES, A. y A. STEPICK (1994) *City on the Edge. The Transformation of Miami*. Berkeley: University of California Press.
- PORTES, A. (1996) "La mondialisation par le bas. L'émergence des communautés transnacionales". *Actes de la recherche en sciences sociales*, n.º. 129, pp. 16-25.
- PAHL, R. (1991) *Divisions of Labour*. Oxford: Basil Blackwell.
- WILSON, K.; PORTES, A. (1980) "Immigrants Enclaves: An Analysis of the Labour Market Experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 86, pp. 295-319.



**PARTE III:
LA PERSPECTIVA
DE GÉNERO**

Trabajadoras inmigrantes por cuenta propia. Una aproximación descriptiva

Colectivo loé (Carlos Pereda)

Introducción

En el año 2000 Colectivo loé realizó para el IMSERSO un amplio estudio sobre seis de las principales ocupaciones de las mujeres inmigrantes procedentes de países periféricos¹. Una de esas ocupaciones era el *empleo por cuenta propia*, categoría transversal que está presente en todas las ramas laborales y que incluye tanto a trabajadoras autónomas como a empresarias con asalariados. En el conjunto de las seis ocupaciones consideradas en aquel estudio, el empleo por cuenta propia se consideraba –junto con los empleos de tipo administrativo– como de mayor estatus profesional que las otras cuatro modalidades de empleo (servicio doméstico, limpiezas, hostelería y servicios sexuales), si bien en cada caso existen diferencias internas muy acusadas.

Las mujeres inmigrantes por cuenta propia tan sólo representaban en aquel momento el 0,5% del conjunto de mujeres dadas de alta en el régimen especial de autónomos de la Seguridad Social y su peso en el interior del colectivo de mujeres inmigrantes procedentes de países periféricos era del 6,4%. Esta última proporción era el doble (11,5%) entre las mujeres extranjeras procedentes de países centrales y el triple (19,8%) entre las mujeres autóctonas, pero el interés por estudiar a las inmigrantes de la periferia se debía a que eran un contrapunto de los empleos no cualificados del sector servicios donde se concentraban mayoritariamente, en especial en el servicio doméstico. Como se verá más adelante, el empleo por cuenta propia era el punto de llegada de un sector de trayectorias laborales ascendentes que se había propuesto esa meta y lo había conseguido. En efecto, mientras tan sólo el 3% de las inmigrantes empleadas de hogar deseaba mantenerse en su oficio, más del 75% de las ocupadas por cuenta propia se encontraba a gusto en su trabajo y no pensaba en cambiar de empleo.

¹ Véase una reflexión crítica sobre los estudios de enclaves y economía étnica en RIESCO, A., “Enclaves y economías étnicas desde la perspectiva de las relaciones salariales”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, nº. 21, 2003, pp. 103-125.

Al plantearse como un complemento informativo del estudio de los otros sectores, el análisis de las mujeres inmigrantes por cuenta propia fue meramente descriptivo, a partir de una encuesta por cuotas a una pequeña muestra y un estudio contextual del empleo femenino por cuenta propia en España, obtenido a partir de la explotación de la Encuesta de Población Activa. Nuestra encuesta se aplicó en Madrid, Cataluña y Andalucía de acuerdo al diseño técnico que se recoge en el Cuadro 1. El análisis de las respuestas permite obtener una primera visión de conjunto, ciertamente provisional y en relación al momento en que se aplicó, de las principales características de las mujeres inmigrantes procedentes de países periféricos que estaban ocupadas por cuenta propia.

CUADRO I
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA APLICADA A MUJERES INMIGRANTES DE PAÍSES PERIFÉRICOS QUE TRABAJAN POR CUENTA PROPIA

Características	Mujeres inmigrantes
Muestra total	211
Margen de error	7%
Subsector laboral (%):	
Comercio	24,2
Hostelería	27,0
Profesión liberal	25,1
Otros sectores	23,7
Provincia de aplicación (%):	
Madrid	48,3
Barcelona	35,1
Málaga	16,6
Principales nacionalidades:	
China	59
Argentina	36
Marruecos	28
Perú	18
Rep. Dominicana	13
Colombia	13
Otros países	44

Las mujeres que trabajan por cuenta propia en España

En el mercado de trabajo español el número de mujeres no-asalariadas o por cuenta propia era de 917.100, según la EPA 2, cifra que suponía el 17% de las mujeres ocupadas. Entre 1995 y 2000 la tendencia a la salarización femenina aumentó 6,7 puntos a costa de las ocupadas por

cuenta propia que perdieron 93.700 efectivos. Esta disminución cuantitativa ha sido paralela a una reestructuración de los distintos subsectores. Así, ha disminuido intensamente el número de “ayudas familiares” (-30%), residuo de la antigua *economía familiar*, muy presente en el sector agrario y en los pequeños comercios e industrias; también ha disminuido el subsector de autónomas (-8,5%). En cambio, ha crecido el subsector de empleadoras (+41%) y, en menor medida, el de cooperativas (+20%). Es decir, se consolidan las categorías más mercantilizadas (empresarias con asalariados y miembros de cooperativas) en detrimento de las menos regulizadas (ayudas familiares y autónomas).

La mayoría de las trabajadoras por cuenta propia se sitúa en el *sector servicios* (71%) y en la *agricultura* (19%). En el caso de Galicia está sobredimensionada su presencia en el sector agrario familiar (59%), lo que explica que sea la comunidad autónoma con mayor tasa de trabajadoras por cuenta propia. En Madrid, Andalucía y Cataluña más del 80% de las mujeres ocupadas por cuenta propia se ocupa en el sector servicios.

El tamaño de las plantillas de las empresas regentadas por mujeres es muy reducido. La mitad (49,8%) trabaja sin empleados -es decir, se trata de actividades unipersonales- y casi otras tantas (41,2%) trabajan en empresas de menos de cinco empleados. El resto tiene negocios de entre 5 y 10 trabajadores (3,5%) o con más de 10 (6,5%). El predominio de las mini-empresas dirigidas por mujeres tiene lugar en todas las ramas de actividad, excepto en las *industrias manufactureras* donde el 20% está constituido por negocios con más de 10 empleados.

Como se recoge en la Tabla 1, el nivel de formación de las mujeres ocupadas por cuenta propia es inferior al de las asalariadas: más del doble con estudios primarios y la mitad con estudios superiores. En cuanto a las ocupadas por cuenta propia, el nivel más alto corresponde a las empleadoras y el más bajo a las ayudas familiares.

TABLA I
NIVEL DE ESTUDIOS DE LAS MUJERES OCUPADAS POR CUENTA PROPIA EN ESPAÑA

Situación	Ocupadas	Analfabetas	Primarios	Secundarios	Superiores
Total nacional	5.389.800	0,4	22,6	43,5	33,5
Cuenta propia	917.100	0,6	42,1	39,4	17,9
Empleadoras	157.000	0,6	30,9	43,2	25,3
Autónomas	529.600	0,5	45,3	35,5	18,7
En cooperativas	29.000	-	26,7	55,9	17,4
Ayudas familiares	201.500	1,0	44,7	44,3	10,0
Asalariadas	4.465.800	0,4	18,5	45,0	36,0

Fuente: EPA, 2º Trimestre 2000. Elaboración de Colectivo Ioé.

La estabilidad en las ocupaciones es una característica de las trabajadoras por cuenta propia, pues no dependen de contrataciones exteriores sino de la mera continuidad de la actividad. Según la EPA en todas las situaciones profesionales por cuenta propia la estabilidad en la ocupaciones es elevada, dado que el 61,2% lleva seis o más años en el trabajo actual, aunque en el caso de los miembros de cooperativas la proporción se reduce a la mitad (48,6%); el resto se sitúa en torno al promedio: empresarias (62,7%), autónomas (62%) y ayuda familiar (60%). En el extremo contrario, con menos de un año en el empleo actual está el 10,1%, entre uno y tres años el 13,1% y entre tres y cinco el 13,3%.

Las mujeres ocupadas por cuenta propia trabajan mayoritariamente a jornada completa (83%), proporción que se reduce al 67% en el caso de las “ayudas familiares”. El trabajo a jornada parcial se debe casi siempre a condiciones externas a ellas mismas (34,6% por obligaciones familiares, enfermedad o no encontrar otro trabajo) o a exigencias del tipo de actividad (35,4%).

Mujeres inmigrantes que trabajan por cuenta propia

Según el registro de altas en la Seguridad Social (cuarto trimestre de 1999), las mujeres extranjeras ocupadas por cuenta propia eran 14.581 y suponían el 12,1% del total de extranjeras ocupadas en España. De ellas, el 30% procede de la Periferia y el 70% de países centrales. Al igual que en el caso de las españolas, las mujeres inmigrantes acceden menos que los varones a ocupaciones por cuenta propia y de éstas las de la periferia menos que las del Centro. Trabajar de forma autónoma aparece como un privilegio para los varones, en primer lugar, y para las mujeres procedentes de países más ricos, en segundo lugar.

El peso de las mujeres inmigrantes ocupadas por cuenta propia sobre el total de mujeres ocupadas en España en el sector está en torno al 1,6% y se reduce al 0,5% si se limita, como ya hemos señalado, a las procedentes de países periféricos. Si se incorpora a las nacionalizadas y a las que trabajan sin alta en Seguridad Social, las extranjeras de la Periferia son unas 11.800 (1,3% del sector).

Los subsectores de actividad en los que se ocupan las mujeres españolas por cuenta propia son comercio (35,1%), agricultura (18,7%) y hostelería (13,3%); entre los tres agrupan al 67,1% del total. Por su lado, tres de cada cuatro mujeres extranjeras se emplean en hostelería, comercio y profesiones liberales. Las inmigrantes de países periféricos concentran algo más sus actividades (comercio y hostelería congregan al 36% y 35% respectivamente) que las de países centrales (el 59% trabaja en esos dos sectores). Las zonas de donde procedían las mujeres extranjeras por cuenta propia eran en el año 2000, principalmente, la Unión Europea (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Portugal y Países Bajos), seguidas de China, Marruecos y el área de América Latina (Argentina, Cuba, R. Dominicana, Colombia, Brasil, y Perú).

Trabajadoras por cuenta propia no comunitarias.

Características personales y familiares

El nivel de formación de las mujeres españolas por cuenta propia es más bajo que el de las asalariadas, siendo en todo caso muy inferior al de las mujeres extranjeras por cuenta propia. De éstas, el 40% ha terminado estudios superiores y sólo el 15% se sitúa en el nivel de estudios primarios. Como ilustración del alto nivel de formación de las inmigrantes encuestadas, se puede señalar que al menos iniciaron estudios superiores el 88,5% de peruanas, el 84% de colombianas, el 71% de argentinas y el 46% de dominicanas. Por su parte, las marroquíes presentan la situación más desfavorable entre las inmigrantes con el 43% de nivel primario, si bien el 32% tiene estudios superiores. En un nivel intermedio se encuentran las mujeres chinas: mayoría con estudios medios (50,8%) y el 33,8% de nivel superior. Junto al alto nivel de formación, hay que destacar que dos tercios de las inmigrantes encuestadas proceden de grandes núcleos urbanos, lo que ocurre en menor proporción en el caso de las autóctonas.

La relativa antigüedad en España de las inmigrantes ocupadas por cuenta propia (el 60% llegó antes de 1986) permite explicar el alto promedio de edad del sector, en torno a los 40 años. Además, la media de edad de las inmigrantes que han iniciado su trabajo por cuenta propia en los últimos años es más alta (33 años de media en 1999-2000) que en las que iniciaron su trabajo antes de 1986 (con 28 años de media). La edad avanzada de las mujeres del sector explica también que la mayoría hayan realizado proyectos de convivencia (matrimonio, hijos, etc.). Así, el 69% están casadas y el 17% solteras; tres cuartas partes conviven sólo con familiares frente al 5,2% que lo hace con no familiares y al 1,4% que viven solas. El 80% de las que tienen hijos vive con ellos en España y del 20% que los tiene fuera (casi siempre en el país de origen) sobresalen las cubanas, peruanas y dominicanas. Finalmente, el 17% tiene cónyuge español (de origen). Los colectivos más endogámicos (desde el prisma de las mujeres inmigrantes, no de los hombres) son China, República Dominicana, Marruecos, Perú y Argentina; los más exógamos Cuba, Colombia y Chile.

Trayectorias laborales

La trayectoria laboral de las mujeres de la Periferia ocupadas por cuenta propia presenta un contraste entre un comienzo temprano en el mundo del trabajo (la mitad antes de los 20 años) frente a un ingreso relativamente tardío en el sector (dos tercios llevan menos de 5 años). Sobresale la antigüedad laboral de las argentinas que llevan como promedio 9,7 años en el sector; las cubanas, colombianas, ecuatorianas y dominicanas son las más recientes en el mismo;

marroquíes, chinas y peruanas presentan una posición intermedia. Estos resultados suponen una desventaja frente a las mujeres autóctonas que mantienen una estabilidad mayor (dos tercios tienen más de seis años en el empleo actual), dada la importancia del conocimiento de las redes comerciales y del tiempo de implantación en el sector.

De los colectivos nacionales encuestados, las mujeres marroquíes, argentinas, colombianas y chinas ofrecen un abanico amplio respecto a la trayectoria laboral, habiendo trabajado en varios sectores de actividad en contraposición a las mujeres procedentes de República Dominicana y Perú. Comercio, hostelería, actividades administrativas y servicio doméstico son las ramas más transitadas. En contraste con las mujeres autóctonas, las inmigrantes encuestadas tienen más experiencia en actividades administrativas y menos en trabajos agrarios. Por otra parte, las mujeres marroquíes, peruanas, colombianas y chilenas han desarrollado su trayectoria laboral sobre todo en los países de origen; pero las argentinas y chinas la han realizado principalmente en España. Podría suponerse que la experiencia migratoria obligó a estas últimas a introducirse en el mercado laboral porque allí no lo habían necesitado o porque no tuvieron oportunidad de hacerlo (al estar estudiando o no tener la edad suficiente. En suma, el sector de cuenta propia parece ser para las inmigrantes de la Periferia un *final de trayecto laboral* en España, dada la elevada edad del conjunto y, sobre todo, teniendo en cuenta su considerable satisfacción profesional en la mayoría de los casos.

El principal origen de la actividad o negocio por cuenta propia son los ahorros acumulados en anteriores años de trabajo (76% de las encuestadas) y, en segundo lugar, la cualificación profesional (36%); a continuación aparecen el apoyo financiero privado (bancos, socios que avalan o ponen dinero) y el patrimonio familiar (con el 31% cada uno) y, por último, las subvenciones públicas (3%). El primer factor remite al progreso desde la situación de trabajo asalariado hasta llegar a establecerse por cuenta propia (caso típico de los restaurantes chinos); el segundo, a la importancia de la inversión en estudios con vistas al ejercicio de una profesión liberal por cuenta propia; el tercero y el cuarto tienen que ver con la importancia del apoyo económico inicial, ya sea a través de financiación privada o mediante la herencia del patrimonio familiar. En ambos casos, se parte de la necesidad de tener padrinos y/o avalistas para desembolsar el capital inicial (véase Tabla 2).

TABLA 2
ORIGEN DEL NEGOCIO O ACTIVIDAD DE LAS MUJERES INMIGRANTES
OCUPADAS POR CUENTA PROPIA (EN %)

Causas	1ª	2ª
Ahorro en trabajos anteriores	42,7	33,7
Cualificación profesional	30,3	5,8
Herencia, patrimonio	15,6	15,4
Financiación privada	6,2	25,0
Subvenciones públicas	0,9	1,9
Otras causas	4,3	18,3

Fuente: Encuesta Ióé-2000 a mujeres inmigrantes por cuenta propia.

Naturaleza jurídica de las empresas por cuenta propia. Empresas monoétnicas

La ocupación por cuenta propia ha dado lugar a un negocio o actividad que adquiere determinada formalidad jurídica. En la inmensa mayoría de los casos ha sido como *persona física* (empresaria individual y/o profesional autónoma, 82,5% versus 57,7% en el conjunto de las mujeres ocupadas por cuenta propia en España) y en el 17,5% restante ha adquirido personalidad jurídica, sea bajo la forma de Sociedad Limitada (9%), Sociedad Anónima (4,7%) o cooperativa (1,4%).

En cuanto al tamaño de los negocios, se trata mayoritariamente de mini-empresas: si se agrupa a las empresas con menos de tres trabajadores, se abarca el 85% del colectivo. Por ramas de actividad, las empresas más pequeñas corresponden a las profesiones liberales y las más grandes a la hostelería (donde sólo la cuarta parte tiene una trabajadora).

Dos terceras partes (66%) de las inmigrantes por cuenta propia tienen asalariados a su cargo. Se trata de empresas muy pequeñas ya que el 97% de ellas tienen menos de 10 asalariados y el 65% menos de 5. De los asalariados, más de la mitad es de origen extranjero, siendo más mujeres que varones en el 40% de los casos, más varones en el 33% y en parecida proporción de ambos sexos en el 27% restante. En más de la mitad de las actividades con asalariados (56%) todas las personas contratadas son inmigrantes, por lo que se trata de *empresas monoétnicas*²; en este caso el tamaño empresarial es todavía más reducido; el 52% tiene uno o dos asalariados y el 79% menos de cinco.

² La edición está agotada pero el texto completo puede consultarse en www.colectivoioe.org/ (*Mujer, inmigración y trabajo*, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, 2001, pp. 609-646).

Condiciones de trabajo. Financiación y comercialización

La jornada laboral es más prolongada en la hostelería (media de 51 horas semanales) y en el comercio (50 horas) y menor en las profesiones liberales (34 horas). Por su parte, según la posición que ocupan las mujeres en la actividad familiar, las co-directoras son las que más tiempo semanal de trabajo dedican a su doble función de trabajadoras mercantiles (negocio familiar) y domésticas (tareas del hogar). Si el promedio del sector es de 59,8 horas semanales (43,7 horas dedicadas al negocio y 16,1 al hogar), la mujeres co-directoras por cuenta propia dedican 64 horas, las “ayudas familiares” 60 y las directoras 57,8 horas. La posibilidad de elegir el tipo de jornada a tiempo parcial en el negocio no está casi nunca al alcance de estas mujeres por lo que se establece la denominada “doble jornada”.

En correlación con el pequeño tamaño de los negocios se sitúa el volumen de ventas o ingresos percibidos por la actividad. En general, se observa una notable polarización entre un pequeño sector (8%) muy precario, con menos de 100.000 pesetas de ingresos mensuales, y otro sector consolidado y próspero con más de 500.000 pesetas de ingresos al mes (39%). En el medio se sitúa más de la mitad (53%) con ingresos mensuales entre 100.000 y 500.000 pesetas. Teniendo en cuenta que se preguntaba por el volumen de ventas –no de márgenes de beneficio–, se puede considerar que tales ingresos son más bien modestos, sobre todo teniendo en cuenta las largas jornadas de trabajo de las titulares.

La cobertura sanitaria es un indicador de las condiciones laborales pero también de las condiciones de vida de estas mujeres inmigrantes por cuenta propia. Sólo un segmento muy pequeño (3,8%) se encuentra sin ninguna cobertura, mientras la gran mayoría está cubierta por la Seguridad Social, ya sea como titulares (dos de cada tres) o como familiares (una de cada cuatro); otro 10% tiene seguro médico privado. Por actividades principales, son las profesionales liberales quienes presentan una situación más desfavorable: 7,5% sin ninguna protección de la salud y sólo el 70% cubiertas por la Seguridad Social (como titulares o familiares). La cobertura sanitaria guarda una estrecha correlación con el estatuto jurídico y la antigüedad en el trabajo como autónomas. Así, mientras el 62% de las no documentadas (sin papeles o en trámite) no tiene ninguna cobertura, sí dispone de Seguridad Social el 87% de las nacionalizadas y el 94% de las que tienen permiso de residencia permanente. En cuanto a la antigüedad en el trabajo por cuenta propia, el 23% de las que llevan menos de un año no tiene ninguna cobertura, mientras lo tiene el 100% de las que llevan más de 6 años (ya sea en la Seguridad Social o mediante seguros privados).

El pequeño tamaño de los negocios y la exigua presencia de asalariados hacen que los problemas económicos y laborales del sector no sean muy apreciables. Una tercera parte de las encuestadas ha experimentado en alguna ocasión dificultades en lo relativo a la financiación o la

comercialización de sus productos, y una quinta parte de las que tienen personas asalariadas ha tenido problemas con ellas. En todos estos casos, la mayoría consiguió solucionar las dificultades (total o parcialmente) y una de cada diez no las solucionó. La vía más socorrida fue la red informal de amigos y familiares (a la que recurrió más de la mitad de las mujeres con problemas) mientras que las vías formales fueron menos utilizadas: recurso a abogados particulares (16,5%), a la administración pública (12,8%), a organizaciones empresariales (6,1%), a profesionales (5,3%) y a las cámaras de comercio (2,3%).

Relaciones sociales

En cuanto al tipo de relaciones sociales y de amistad que mantienen las mujeres inmigrantes que trabajan por cuenta propia, más de la mitad se relaciona por igual con españoles y con personas de su mismo origen (57%), pero un tercio lo hace habitualmente sólo con inmigrantes connacionales. Las diferencias por países en este punto son importantes, según una gradación que tiene que ver con la distancia cultural percibida de los diversos colectivos. Así, las mujeres latinoamericanas son las que se relacionan más fácilmente con la población autóctona (y más se casan con españoles); en el extremo contrario se sitúan las chinas que a la distancia cultural y geográfica añaden su ocupación habitual en *empresas monoétnicas* (con familiares o asalariados de su propia nacionalidad). En una posición intermedia se encuentran las mujeres marroquíes, de un país próximo a España y con múltiples lazos históricos pero hacia el que existen también importantes prejuicios e incomprensiones (pese a lo cual el 14% de las mujeres de esta procedencia ha llegado a formar matrimonios con españoles).

Los lugares preferidos (u obligados) para el encuentro con los amigos son en primera opción las casas (70%), los bares (47%) y los espacios públicos, como parques y jardines (32%). Apenas se citan otros espacios, como mezquitas e iglesias (8%), discotecas (8%) o asociaciones de inmigrantes (3%). Pese a este último porcentaje, el 18% de las encuestadas declara que pertenece a alguna asociación del propio colectivo, pero una cosa es estar asociada y otra participar activamente.

Consumo, ahorro, remesas

Según la encuesta aplicada, del total de ingresos conseguidos por la actividad, el 20% se dedica al ahorro y un 10% al envío de remesas. Ambos capítulos representan el excedente económico de la unidad familiar, una vez deducidos los gastos corrientes de mantenimiento (57%) y el pago de deudas (15%), y suponen casi un tercio del total de los ingresos. El ahorro se destina a la compra de vehículo (59% de los casos), vivienda (52%) y negocios (43,4%), y en menor medida a la compra de tierras (7,9%), sobre todo en el país de origen. Esta situación, es con-

secuencia de un notable asentamiento del sector de mujeres por cuenta propia. Sin embargo no todas están en la misma situación: mientras el 10% no puede ahorrar nada hay un tercio que ahorra por encima del 30% de sus ingresos.

El envío de remesas y los viajes al país de origen son claros síntomas de que se mantiene una vinculación con el lugar de procedencia. Respecto a los viajes, quienes los realizan con mayor frecuencia son las marroquíes (cercanía y antigüedad en España) y, en general, las que llevan más de cuatro años en España (tiempo para conseguir la estabilidad legal y socioeconómica). Entre las que viajan menos a su país, destacan aquellas que muy probablemente encuentran impedimentos sociopolíticos para poder hacerlo, caso de Cuba, Colombia o China.

Expectativas de futuro

En relación al futuro, hemos abordado dos tipos de expectativas: las de tipo profesional y las que tienen que ver con quedarse en España o retornar a su país de origen. En el primer aspecto, la respuesta de la encuestadas es taxativa: la inmensa mayoría (tres cuartas partes) desea permanecer en su actual ocupación, es decir, están a gusto con su trabajo (véase Tabla 3).

TABLA 3
PROFESIÓN DESEADA, SEGÚN ACTIVIDAD ACTUAL (EN %)

Profesión deseada	Profesión actual			
	Comercio	Hostelería	Prof. Liberal	Otras
Desean seguir en la que están	72,0	67,9	90,6	81,6
Profesión deseada	28,0	30,1	9,4	18,4
Comercio-Reparaciones	13,3	52,6	–	–
Hostelería	20,0	–	–	–
Transportes	–	15,8	–	–
Comunicaciones	–	–	20,0	14,3
Educación-Investigación	13,3	5,3	40,0	14,3
Sanidad-Asistencia social	20,0	–	–	28,6
Diplomáticos	–	20,0	–	–
Administrativos	–	5,3	20,0 ³	14,3
Profesiones liberales	13,3	5,3	–	14,3
Ama de casa	6,7	–	–	14,3

FUENTE: Encuesta Ióé-2000 a mujeres inmigrantes por cuenta propia.

³ Datos de la EPA correspondientes al segundo trimestre de 2000. En el año cuarto trimestre de 2004 el número de mujeres trabajadoras por cuenta propia era 989.000 (8% más que tres años antes).

Entre las que desean cambiar, las preferencias más señaladas son el comercio, educación-investigación, sanidad y asistencia social. Las que tienen más desafección con su ocupación actual son las que trabajan en hostelería (32%), seguidas del comercio (28%); en cambio, las profesiones liberales presenta un alto grado de identificación y sólo el 9,4% desearía cambiar. Del conjunto de las que desean cambiar, las de comercio prefieren hacerlo a hostelería, sanidad, profesiones liberales y educación; desde hostelería los cambios preferidos son a comercio y transportes; por último, las que trabajan en profesiones liberales desearían estar ocupadas en educación, comunicaciones, y trabajos diplomáticos o administrativos.

A la pregunta directa sobre si desean retornar a su país de origen, las mujeres inmigrantes que trabajan por cuenta propia se dividen en tres posiciones: las que no piensan volver (32%), las que tienen planes de retorno (33%) y las que no saben lo que harán o no contestan (35%). De las que piensan retornar a su país, la mayoría pospone la vuelta para el momento de la jubilación o para dentro de muchos años, o bien cuando “cambie la situación de su país”; tan sólo el 1,4% tiene proyecto de retornar antes de un año y el 5% antes de que pasen cinco años. Por ramas de actividad, las profesionales liberales son las que más dudan de lo que harán en el futuro, siendo también las que han decidido en mayor proporción permanecer en España; las que trabajan en el comercio y en la hostelería son las que más piensan en volver a su país, si bien la mayoría lo plantea a muy largo plazo o cuando se jubilen.

Por nacionalidades, las argentinas son las que tienen más claro que no van a volver a su país (72%), aunque el 6% espera a la jubilación para retornar y el 19% no sabe lo que hará en el futuro. En el extremo opuesto están las mujeres chinas por cuenta propia de las cuales tan sólo el 14% tiene claro permanecer en España; la cuarta parte espera a jubilarse para volver a China y casi el 40% no saben lo que harán en el futuro. En posiciones intermedias se encuentran las marroquíes, peruanas y colombianas, destacando en estos tres grupos las que plantean que volverían a su país “si cambiara la situación allí”, en clara referencia a los problemas políticos y económicos de esos países.

Valoración final

En el contexto del estudio sobre el mercado laboral de las mujeres inmigrantes de la Periferia, el empleo por cuenta propia representa una meta en las trayectorias de realización profesional que satisface a la mayoría de ellas. Pese a ocupar sólo a algo más del 6% del colectivo, el estudio de los itinerarios laborales previos demuestra que es un polo de atracción a partir de otras ocupaciones mientras que son muy pocas las mujeres que abandonan el trabajo por cuenta propia para ocuparse como asalariadas.

El acceso al trabajo por cuenta propia se produce principalmente a partir del ahorro acumulado en trabajos anteriores (modelo de los restaurantes chinos y de algunos pequeños comercios), mediante la cualificación profesional (caso de muchas profesionales de la medicina, la psicología, la odontología, etc.) y, en tercer lugar, gracias al patrimonio familiar y el apoyo financiero privado (a su vez, necesitado de avales familiares o de otro tipo).

Dos tercios de las inmigrantes por cuenta propia tienen asalariados a su cargo pero se trata casi siempre de empresas muy pequeñas (tan sólo el 3% tienen más de 10 empleados). Otro rasgo característico es que más de la mitad del personal contratado es también inmigrante, predominando algo más las empleadas mujeres que los hombres. En más de la mitad de las empresas llevadas por mujeres extranjeras de países periféricos todas las personas contratadas son, a su vez, inmigrantes, lo que remite a la problemática específica de la *economía y los enclaves étnicos*, aspecto en el que habría que seguir investigando.

Por último, de las conclusiones generales del estudio realizado sobre el trabajo de las mujeres inmigrantes, cabe destacar el peso central que tiene en sus vidas la familia y, en general, las relaciones de reciprocidad. El trabajo remunerado, tal como ocurre en general con las mujeres autóctonas, se entiende como un medio –necesario en la mayoría de los casos– para sacar adelante los proyectos familiares de los que ocupan, en dos terceras partes de los casos, la posición central de *madres*. Sin embargo, las mujeres inmigrantes encuentran muchos límites –jurídicos y sociales– para desarrollar de manera efectiva su protagonismo como sujetos políticos (intercambios redistributivos). Con frecuencia se produce una estigmatización e inferiorización de las mujeres inmigrantes, como potenciales sujetos sociales: por un lado, al hacerlas sospechosas de poner en cuestión el orden patriarcal (cuando se liberan del control social de los varones); pero también, paradójicamente, cuando se las considera irresponsables y, en consecuencia, víctimas de las acciones de los demás. El resultado de estos discursos es contraponer determinadas diferencias, como el origen nacional o el género, con resultados prácticos de jerarquización y exclusión (del fuerte sobre el débil).

Como sujeto colectivo, la vertebración social de las mujeres inmigrantes, dentro del entramado de poder de la sociedad española, es muy débil. Desde el punto de vista individual, se identifican sobre todo como *mujeres trabajadoras*, personas independientes que encuentran en su actividad económica una fuente de autonomía personal y reconocimiento público. Sin embargo, su experiencia cotidiana –en el trabajo y en relación a la legislación laboral– les demuestra que se mueven en un ámbito en el que prácticamente no hay reglas sociales en las que ampararse y lo más importante se juega en el mundo de los vínculos personales. De ahí la desconfianza y distanciamiento de los cauces instituidos de representación colectiva, como los partidos políticos y los sindicatos (tan sólo está afiliado el 3% de las extranjeras asalariadas). Lo que no impide su participación en asociaciones de inmigrantes (15% de nuestras encuestadas) y en iglesias o mezquitas donde se encuentran habitualmente con paisanos (18%), así como las movilizaciones y

encierros de los inmigrantes que han tenido lugar en ocasiones esporádicas, a veces con un importante apoyo de la opinión pública española. Son éstos algunos indicadores que apuntan la posibilidad de avanzar en el desarrollo de los lazos colectivos y en la defensa de sus derechos laborales y ciudadanos.

Bibliografía

- BORDERÍAS, C., CARRASCO, C. y ALEMANY, C. (1994) *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*. Barcelona: FUHEM-ICARIA.
- COLECTIVO IOÉ (1996) *Tiempo social contra reloj*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- COLECTIVO IOÉ (1998) “Mujeres migrantes en España. Proyectos migratorios y trayectorias de género”. *OFRIM Suplementos*, pp. 11-38.
- COLECTIVO IOÉ (1999) *Inmigración y trabajo en España. Trabajadores inmigrantes en el sector de la hostelería*. Madrid: IMSERSO.
- COLECTIVO IOÉ (2001) *Mujer, inmigración y trabajo*. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- CORDERO, T., et al. (1998) “The Association of Autonomous Women Workers ‘22nd June’”, en Kempadoo, K., y Doezenia, J. (eds.) *Global Sex Workers: Rights, Resistance, and Redefinition*. Nueva York: Routledge.
- CRUZ, P., y COBO, R. (1991) *Las mujeres españolas: lo privado y lo público*. Madrid: CIS.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA MUJER, COMUNIDAD DE MADRID (1992) *Las empresarias en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de la Presidencia.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2000) *Encuesta Anual de Servicios 1998*. Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2000) *El Directorio Central de Empresas (DIRCE). Resultados estadísticos*, Madrid: INE.
- JULIANO, D. (1998) *Las que saben... Subculturas de mujeres*. Madrid: Horas y horas.
- MACCOBY, M. (1980) *Le manager d'aujourd'hui*, París: InterEditions.
- MARTÍNEZ, U. (1995) *Mujeres, trabajo y domicilio. Los orígenes de la discriminación*. Barcelona: Icaria.
- MINGIONE, E. (1994) *Las sociedades fragmentadas. Una sociología de la vida económica más allá del paradigma del mercado*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- O'CONGHAILE, W., y KOHLER, E. (1991) *The Changing Use of Time*. Dublín: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.
- PUGLIESE, E. (1993) “Restructuring of the Labour Market and the Role of the Third World Migration in Europe”. *Environment and Planning: Society and Space*, vol. 11.
- RIESCO, A. (2003) “Enclaves y economías étnicas desde la perspectiva de las relaciones salariales”. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, nº. 21, pp. 103-125.
- ROMERO, M. (1996) “Empresarias y autónomas. Riesgo económico e identidad femenina”, en GARCÍA DE LEÓN, M. A y otros (coord.), *Sociología de las mujeres españolas*. Madrid: Edit. Complutense. pp. 187-218.
- ZLOTNIK, H. (1998) “La migración de mujeres del Sur al Norte”, en MALGESINI, G., (comp.), *Cruzando fronteras. Migraciones en el sistema mundial*. Madrid: Icaria-Fuhem, pp. 113-145.

Empresariado étnico y relaciones de género: mujeres dominicanas y marroquíes en Madrid y Barcelona

Laura Oso y Natalia Ribas

Algunas consideraciones teóricas y metodológicas

Como ya se señaló en la introducción de este libro, si la literatura sobre empresariado étnico en Estados Unidos y en Europa ha ido progresando, son muy escasos los estudios que se han centrado en el papel de la mujer inmigrante como emprendedora (Morokvasic, 1991, 1999; Hillman, 1999; Apitzsch y Contos, 2002; Anthias, 2002). La invisibilidad de la cual han gozado tradicionalmente las mujeres inmigrantes, y que ha sido ya ampliamente denunciada por la literatura sobre género y migración, ha alcanzado igualmente a aquellas que se emplean por cuenta propia. Tal y como pone de manifiesto Morokvasic, y ya citamos en la introducción de este volumen, una serie de cuestiones a la hora de abordar el estudio de las mujeres inmigrantes que trabajan por cuenta propia pueden plantearse, a saber: ¿Cómo acceden las mujeres inmigrantes al autoempleo y cuáles son los beneficios para ellas de trabajar en esta actividad?, ¿las oportunidades para acceder al autoempleo son mayores para los inmigrantes varones que para las mujeres?, ¿el cambio del estatus de la mujer de trabajadora dependiente a independiente trae consigo un cambio en las relaciones de género? (Morokvasic, 1999: 9:7). Esta línea de investigación, que estudia el empresariado étnico, teniendo en cuenta la participación de las mujeres inmigrantes y desde el punto de vista de las relaciones de género, está en auge en el marco de la producción científica internacional, como se pone de manifiesto en algunos proyectos de investigación financiados por la Unión Europea (Apitzsch, 2005). No obstante, si la investigación en España ha desarrollado pocos estudios sobre empresariado étnico en general, la situación de las mujeres inmigrantes emprendedoras es aún más desconocida, siendo casi inexistentes los trabajos en este terreno (véase el capítulo dedicado a las trabajadoras por cuenta propia en Colectivo Ioé, 2001).

A lo largo del capítulo analizaremos los resultados parciales de una investigación llevada a cabo para el Instituto de la Mujer sobre el empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España (Oso, 2004). El objetivo de esta investigación fue estudiar el empresariado étnico desde el punto de vista de las relaciones de género. El interés de este enfoque consiste en que la vía emprendedora puede constituir una alternativa de movilidad social y de salida de los sectores laborales clásicos reservados a las mujeres inmigrantes, como la limpieza, el cuidado de niños y ancianos, la hostelería o la prostitución. Es decir, constituye una posibilidad de movilidad social para las mujeres inmigrantes, desde el mercado de trabajo secundario y desde aquellas actividades que conllevan mayores relaciones de explotación laboral y de desigualdad de género. Esta ha sido la hipótesis que ha guiado la investigación. Así, nos hemos enmarcado en la línea de investigación que abrieron en su día Wilson y Portes: el estudio del empresariado étnico como una estrategia de movilidad social (Wilson y Portes, 1980). Y hemos aplicado este análisis a la inmigración femenina, teniendo en cuenta no sólo la movilidad social y laboral de las inmigrantes, sino también las relaciones de género (empoderamiento). Esta investigación contempló la realización de trabajo de campo cualitativo con mujeres inmigrantes dominicanas y ecuatorianas en Madrid, marroquíes y chinas en Barcelona, así como argentinas y venezolanas en Galicia¹. En las páginas que siguen explotaremos, de manera comparativa, los resultados del trabajo de campo, llevado a cabo por las autoras de este capítulo, por un lado, con mujeres marroquíes en Barcelona y, por otro, con dominicanas en Madrid (Ribas, 2004; Oso, 2004).

La técnica de investigación utilizada para llevar a cabo el trabajo de campo fue la entrevista en profundidad semi-dirigida². En Madrid se realizaron un total de 10 entrevistas en profundidad para la comunidad dominicana, ocho a mujeres empresarias y dos a informantes clave (a un empresario del barrio de Cuatro Caminos, y a un representante del Voluntariado de Madres Dominicanas VOMADE). En Barcelona se llevaron a cabo 7 entrevistas con mujeres empresarias marroquíes. El trabajo de campo fue realizado durante los meses de junio a noviembre de 2004.

¹ En la redacción del informe final de investigación participaron las siguientes personas: Laura Oso Casas (UDC), Carmen Lamela Viera (UDC), Diego López de Lera (UDC), Irene López Méndez (IUDC-UCM), Natalia Ribas Mateos (LAMES- Université de Provence), Amelia Sáiz López (CEII-UAB), Obdulia Taboadela Alvarez (UDC), María Villares Varela (UDC). El estudio también contó con la colaboración especial de Margarita Cervantes Rodríguez (State University of New York, Albany, EE.UU.). Esta investigación formó parte, como proyecto complementario, del estudio financiado por la Unión Europea, actualmente en curso, "RTD-Project The Chances of the Second Generation in Families of Ethnic Entrepreneurs: Intergenerational and Gender Aspects of Quality of Life Processes" y dirigido por Ursula Apitzsch.

² En Madrid la mayoría de las entrevistas realizadas fueron de larga duración y pudieron grabarse. La realización del trabajo de campo con inmigrantes dominicanas en Madrid fue relativamente sencilla; las personas se mostraban abiertas y poco reticentes a ser entrevistadas. Por el contrario, el trabajo de campo en Barcelona fue más difícil.

Empresarias dominicanas en Madrid

La República Dominicana ha sido tradicionalmente un país emisor de mano de obra; si bien, los destinos habituales de esta migración han sido Puerto Rico y Estados Unidos. No obstante, a finales de los años ochenta y principios de los noventa, los dominicanos empiezan dirigirse a España, siendo una de las características que distinguen a este nuevo flujo migratorio, la alta presencia de mujeres³. Las dominicanas comenzaron a migrar hacia España, atraídas principalmente por la demanda de empleadas de hogar extranjeras, que surgió en las principales ciudades españolas y, sobre todo, en Madrid. En esta ciudad, el rápido desarrollo de las corrientes provenientes de República Dominicana dio lugar a la consolidación de un fuerte entramado de redes sociales en torno a lo que la colectividad llamaba “el parque”, en Aravaca (plaza de la Corona Boreal), un barrio de clase media-alta, en las afueras de Madrid. En un inicio las mujeres que trabajaban por la zona en el servicio doméstico como internas se reunían en este espacio público los días que libraban (jueves y domingos) y la concentración de personas, mayoritariamente originarias del suroeste de la República Dominicana, fue ganando intensidad. En la actualidad, los inmigrantes de este origen han ido dispersándose en el entramado urbano madrileño. Su presencia es mayor en barrios populares del centro o en las afueras de Madrid, donde el precio de la vivienda es más asequible (Cuatro Caminos, Alvarado, Valedaceceras, Prosperidad, Aluche, Alcobendas y Fuenlabrada). En el barrio de Cuatro Caminos se han desarrollado negocios que ofrecen servicios variados a los dominicanos (bares, agencias de viaje, de envío de dinero, locutorios, super-

La comunidad marroquí se mostró más cerrada a la hora de aceptar ser entrevistada. Por ello en el caso de la comunidad marroquí, se utilizaron las técnicas de observación de carácter más etnográfico, recurriéndose, con frecuencia, a entrevistas informales surgidas en situación de observación. El trabajo de campo en Barcelona con mujeres marroquíes trajo consigo un proceso lento de observación en los mercados, donde poco a poco la investigadora se iba introduciendo en la dinámica de los mismos, ganándose la confianza de las personas que aceptaron relatar sus experiencias. Como dificultad añadida, estaban los problemas relacionados con el analfabetismo, muy frecuente entre las mujeres de origen marroquí. Asimismo, tuvimos que lidiar con el prejuicio de la desconfianza, y con las diferencias en la representación de los conceptos en contraste con los discursos articulados que expresan las entrevistadas latinoamericanas. Tuvimos que hacer frente al pudor. Y no sólo al pudor de las mujeres, sino también al de los hombres y a la propia concepción que tienen los hombres sobre el pudor de las mujeres musulmanas. Este se abrió también como tema clave en el espacio del mercado y en la evaluación del empoderamiento. Para contactar a las personas entrevistadas a lo largo del trabajo de campo se utilizaron, tanto en Madrid, como en Barcelona, redes dispersas. Se recurrió, por un lado, a instituciones, tales como asociaciones de inmigrantes, ONGs, y, por otro, se buscaron contactos personales.

³ Del conjunto de los inmigrantes en España, los dominicanos son aquellos que presentan un índice más elevado de feminización, siendo la presencia de mujeres (alrededor del 70%) mucho más elevada que la de hombres (Censo de Población, 2001). Y esta característica estaba aún más marcada en los inicios de este flujo migratorio. En efecto, en 1992 el 82,1% de los dominicanos con un permiso de residencia en vigor eran mujeres (Estadística sobre Permisos de Residencia a Extranjeros, 1992).

mercados, tiendas de ropa, etc.). La existencia de este espacio urbano de concentración tendrá importancia a la hora de analizar la temática del empresariado étnico, estando los proyectos emprendedores de la comunidad dominicana influidos por el desarrollo de redes comunitarias y por la existencia de zonas con una fuerte presencia étnica. El paso de los años ha permitido igualmente una mayor estabilidad jurídica de la comunidad dominicana asentada en Madrid.

Entre la inmigración de mujeres dominicanas en Madrid podemos encontrar un fuerte peso de mujeres jefas de familia, que optan por el éxodo como una estrategia de mantenimiento del hogar que se convierte en transnacional. Así, para estas mujeres, la migración se constituyó, en muchas ocasiones, en una estrategia del hogar dirigido por una mujer. Mujeres separadas, viudas, divorciadas, madres solteras, o casadas que dejan a sus maridos en el país de origen, abundan entre las que salieron desde República Dominicana hacia España en busca de una vida mejor. Una cadena migratoria que sigue estando protagonizada por mujeres, aunque en la actualidad se haya ido equilibrando, en mayor medida, ante la llegada de varones. La alta presencia de mujeres solas ha dado pie a muchos matrimonios mixtos con varones españoles, pero ha dificultado igualmente la reagrupación familiar de aquellos hijos que permanecieron con abuelas y otros familiares en el país de origen mientras sus madres trabajaban en España⁴. Las transferencias monetarias se han mantenido por la alta presencia de hogares transnacionales, ante las dificultades de la reagrupación familiar⁵.

La peluquería es la empresa que suelen montar, con mayor frecuencia, las mujeres dominicanas en Madrid. En un inicio las peluquerías dominicanas daban servicio principalmente a las mujeres inmigrantes de esta comunidad. Reagrupaban a todas las mujeres jóvenes que trabajaban en el servicio doméstico y que necesitaban de tratamientos especializados para peinar su cabello⁶. Pero, más allá de la demanda de este tipo de servicio, por parte de las mujeres inmigrantes, otra de las causas del auge de negocios de peluquería entre las dominicanas es el bajo grado de instrucción de algunas mujeres de esta procedencia⁷. Para aquellas que disponen de un

⁴ La llegada de la familia supone toda una serie de costes adicionales a los que tendrá que hacer frente la mujer inmigrante pionera: alojamiento, manutención de los hijos y/o marido, quien puede tener dificultades para encontrar un empleo estable.

⁵ La encuesta llevada a cabo por el Colectivo IOE con trabajadores del servicio doméstico pone de manifiesto que el 60% de los dominicanos encuestados envía más del 20% de sus ingresos a República Dominicana. El 75% tienen hijos en el país de origen, lo cual da muestras de la importancia del componente transnacional de esta migración (Colectivo IOE, 2001: 280).

⁶ La llegada de inmigrantes procedentes de otros países ha llevado a nuestras empresarias dominicanas a abrir sus negocios a todo tipo de mujeres que requieren de un tratamiento especializado del pelo rizado. Así, en la actualidad, la clientela de las peluqueras dominicanas es variada, acuden a estos lugares tanto mujeres africanas, como procedentes de otros países latinoamericanos, diversificándose, en gran medida, el origen étnico de la clientela.

⁷ El estudio que realizamos en Madrid en 1992, con inmigrantes originarios del suroeste de República Dominicana, puso de manifiesto que, en efecto, el nivel educativo de muchas mujeres era bajo; eran originarias del medio rural

escaso nivel educativo la peluquería es una de las pocas alternativas a la hora de poner un negocio. La mayoría de las mujeres dominicanas disponen, gracias a la tradición cultural y a la socialización en el país de origen, de unos mínimos conocimientos de peluquería. Como señalan algunos informantes “toda mujer dominicana sabe poner los rolos y peinar”. Aprendieron desde pequeñas, siendo en la sociedad dominicana habituales algunos tratamientos, como el alisado y peinado del cabello rizo. Tradicionalmente las dominicanas “se peinan unas a otras”. Y es raro que no dispongan de un mínimas habilidades de peluquería. Es igualmente un negocio que no necesita de una inversión importante. Además, la administración española no pide poseer un diploma para poder montar una peluquería dominicana, por lo que se trata de una estrategia adaptada para aquellas mujeres que no disponen de calificación, ni de muchos recursos económicos.

Montar un negocio: una estrategia para salir del servicio doméstico

Tal como avanzamos en la hipótesis de la investigación, para algunas de nuestras informantes, la vía empresarial se configuró en una estrategia para salir del servicio doméstico, de este nicho ocupacional que en el contexto madrileño y en todas las grandes ciudades del sur de Europa ha sido reservado a las inmigrantes. A través de la apertura de un negocio se aspira a salir de las redes de dependencia de los patrones, se trata de una búsqueda de independencia y de una mayor libertad, ante un mercado de trabajo asalariado limitado a este sector de actividad. El servicio doméstico aparece como un camino que hay que atravesar previamente para poder, a largo plazo, abrir un negocio.

Algunas de las entrevistadas dominicanas optaron por la vía empresarial al tener algún tipo de enfermedad o minusvalía que les ha impedido encontrar trabajo en el servicio doméstico. Es el caso, por ejemplo, de Alejandra, quien tras trabajar durante años como empleada de hogar descubrió tener alergia a perros y gatos, lo cual le cerró las puertas a muchos empleos en el servicio doméstico y la empujó a montar un negocio. Por su parte, Gabriela tiene una miopía muy desarrollada que le impide ver correctamente, dificultando el trabajo como empleada de hogar. Este problema le llevó a optar por montar un negocio propio.

y, en muchos casos, no habían pasado por una migración intermedia antes de la transoceánica, de manera que de pequeños pueblos como Vicente Noble llegaban directamente a Madrid (Oso y Machín Herranz, 1993). Por su parte, la encuesta llevada a cabo por el Colectivo IOE señala igualmente la importancia del carácter rural de la inmigración de trabajadores domésticos procedentes de este país, procediendo el 43% de los encuestados de municipios de menos de 10.000 habitantes. Esta encuesta revela la importancia numérica del campesinado entre los familiares de los inmigrantes de origen dominicano encuestados (Colectivo IOE, 2001: 268 y 270) El 42% de los trabajadores domésticos dominicanos tenían sólo estudios primarios, aquellos sin estudios representando sólo un 0,6% de los encuestados.

No obstante, a diferencia de nuestras entrevistadas, muchas mujeres dominicanas han seguido ancladas en el servicio doméstico, siendo éste uno de los colectivos de inmigrantes donde se observa una menor movilidad hacia otros sectores económicos⁸.

Podemos suponer que la presencia de mujeres dominicanas en Madrid que tienen un bajo nivel educativo, así como el peso elevado de mujeres que deben mantener hogares transnacionales, dificulta la salida del servicio doméstico y entorpece igualmente el paso de interna a externa. También obstaculiza la puesta en marcha de negocios. Nuestras entrevistadas empresarias representan, por lo tanto, a ese grupo de privilegiadas dominicanas que han conseguido llevar a cabo una estrategia de movilidad ocupacional, y salir del servicio doméstico a través de la vía empresarial. Se trata de una estrategia refugio, ante las dificultades de encontrar un empleo alternativo al servicio doméstico, en el mercado de trabajo autóctono. De esta manera, las informantes desarrollan, tal y como fue formulado por Light, una estrategia de autodefensa básica y omnipresente de los inmigrantes frente a la exclusión y las desventajas del mercado laboral (Light, 2000).

La empresa como una estrategia de continuidad profesional

Otra estrategia distinta es la que llevaron a cabo algunas de las mujeres entrevistadas, para quienes el empresariado se constituyó en una estrategia de continuidad respecto a la profesión que realizaban en el país de origen. Para las entrevistadas que ya eran peluqueras en República Dominicana la trayectoria empresarial es distinta a la de aquellas mujeres que tuvieron que emplearse en el servicio doméstico y que optaron por la empresa para poder salir de este sector de actividad. En este caso, la vía empresarial se constituye también en el final del camino, pero en un sentido distinto al estudiado anteriormente, se trata del último estadio de una carrera profesional en tanto peluqueras que se inició ya en su país y que suele conllevar el paso previo por el servicio doméstico, seguido del empleo como peluqueras asalariadas en España. Carrera que culmina trabajando por cuenta propia en este país. Se trata, por lo tanto, más bien de una estrategia de continuidad profesional, siendo la vía empresarial el final del camino de este proceso.

⁸ En efecto, el análisis efectuado por el Colectivo IOE sobre los registros de la Seguridad Social (diferencia entre el régimen de cotización actual y aquél en el que el trabajador causó alta inicial) permite medir si el trabajador ha llevado a cabo al menos un cambio de actividad desde su alta inicial en la Seguridad Social. Según estos datos, los trabajadores dominicanos, junto a los ecuatorianos y en menor medida los filipinos y colombianos, son del total de las principales nacionalidades de cotizantes extranjeros en España, aquellos que menos han abandonado el sector del servicio doméstico (el 85% de los dominicanos permanecieron en el servicio doméstico, el 88% de los ecuatorianos, el 82% de los filipinos y el 83% de los colombianos) (Colectivo IOE, 2001: 293 y 296).

La empresa como un proyecto familiar donde la mujer es protagonista

Por su parte, la estrategia empresarial de algunas mujeres dominicanas responde a un proyecto familiar, donde la migración y la vía empresarial se combinan. Mariana migró conjuntamente con su marido, pero respaldados por una red familiar ya asentada en España. El colchón familiar facilitó la inserción inicial del matrimonio en este país. El marido de Mariana encontró trabajo en la construcción. La informante trabajó en un inicio como externa en el servicio doméstico. Ambos proyectaron la apertura del negocio como una estrategia familiar. El salario fijo del marido en la construcción permitió a la pareja ir haciéndose con los recursos económicos necesarios para montar el negocio. Mientras el esposo trabajaba para traer un sueldo a casa, Mariana fue llevando el locutorio hasta que empezó a funcionar y pudo contratar empleados. En la actualidad, la pareja acaba de abrir otro negocio de préstamo de dinero en República Dominicana, por lo que la estrategia empresarial familiar sigue desarrollándose. La empresa, en el marco de un proyecto familiar, se configura igualmente como una buena estrategia para los problemas de conciliación con los que tiene que hacer frente la mujer inmigrante que tiene hijos y trabaja.

La empresa como una estrategia en tanto profesional liberal

Por último, para algunas de las mujeres dominicanas, el empresariado responde a una estrategia en tanto profesional liberal. Y es que no todas las dominicanas que migraron a España tenían un nivel de instrucción bajo, no todas se emplearon en el servicio doméstico, sino que algunas mujeres eran profesionales liberales en su país de origen y como tales siguieron desarrollando su carrera en España. Para Pilar, su trayectoria profesional como médico estuvo facilitada por el hecho de estar casada con un español, de manera que no tuvo las dificultades que pudieron encontrar otras profesionales inmigrantes en España. Pilar estudió la especialidad en este país, no tuvo problemas de convalidación de estudios, de regularización jurídica. Tampoco tuvo dificultades a la hora de conseguir el capital económico y social para montar la clínica de estética que dirige en la actualidad.

A diferencia de las empresarias marroquíes, no tenemos casos de mujeres dominicanas empresarias que se ajusten al perfil de “empresa familiar tradicional”. Es decir, de negocios familiares donde el protagonista de la iniciativa empresarial es el marido y las mujeres llevan a cabo únicamente un papel secundario, haciendo las veces de una ayuda familiar y sometiéndose a las decisiones y a la autoridad del marido. Entre las mujeres dominicanas entrevistadas los casos que encontramos son, en la mayoría de las ocasiones, las empresas de mujeres solas o las empresas familiares con protagonismo de las mujeres, donde son ellas los principales motores del proceso, en cuanto a la toma de decisiones, la puesta en marcha del negocio, el funcionamiento del mis-

mo, etc. Las mujeres dominicanas entrevistadas recurren a la ayuda de hombres, ya sea como socios o maridos, para la inversión inicial y para ayudas puntuales (consejos, apoyo emocional, etc.). Pero una vez el negocio está en marcha son ellas las que lo llevan y toman las decisiones.

Para las mujeres dominicanas entrevistadas, la empresa se ha constituido, por lo general, en el final de un largo camino, siendo muchos los obstáculos con las que las informantes tropiezan. El primero de ellos es la situación de irregularidad jurídica, que limitó, en muchos casos, la posibilidad de trabajo en el servicio doméstico. El segundo obstáculo es la propia trayectoria empresarial, es la presión del hogar transnacional. La necesidad de enviar remesas monetarias limita las posibilidades de ahorro para la inversión inicial del negocio. Como en la mayoría de los colectivos, el hecho de que muchas dominicanas en España sean las principales proveedoras económicas de su familia en República Dominicana, limita las posibilidades de acumulación monetaria. El tercer impedimento es conseguir un crédito bancario para aquellas mujeres que trabajan como empleadas de hogar y que no disponen de una nómina. Siendo ésta una de las grandes trabas a la hora de montar un negocio.

El servicio doméstico en una situación de jefatura del hogar transnacional es una combinación que conlleva un enclaustramiento. Situación que se vuelve aún más cerrada cuando las mujeres inmigrantes no disponen de una calificación, que les permita, una vez obtenidos los papeles, cambiar de empleo. La irregularidad jurídica empuja a las inmigrantes recién llegadas a trabajar en una casa, modalidad de empleo que facilita las transferencias monetarias y la obtención de los papeles. Es óptima para las jefas de hogares transnacionales, así como para las mujeres poco instruidas y en situación irregular. Pero si el nicho del servicio doméstico facilita la inserción en España de las recién llegadas, es un arma de doble filo, pues una vez dentro es difícil de salir. ¿Cómo dar el salto si no tenemos una formación que permita vencer todas las barreras que el mercado de trabajo español les pone a los inmigrantes que quieren salir de los nichos a los que han sido relegados? La vía del negocio es óptima, pero requiere de una inversión. Y las jefas de hogares transnacionales que trabajan como empleadas de hogar difícilmente consiguen ahorrar dinero para montar una empresa. Y es muy difícil sin una nómina conseguir un crédito bancario. Quizás esta combinación “jefas de hogares transnacionales” y “bajo nivel de instrucción” sea el factor que haya limitado a las mujeres dominicanas a salir del servicio doméstico. ¿Y cómo consiguieron las entrevistadas el capital para montar el negocio? ¿Cuál fue la vía que encontraron para salir del enclaustramiento del servicio doméstico?

Algunas de las estrategias utilizadas han conllevado añadir horas extras en la economía informal, el préstamo de familiares, conseguir un socio “capitalista” o el apoyo del marido, ya sea dominicano o español. En efecto, es difícil para una mujer sola poner en marcha una empresa y más si tiene familia a cargo y debe enviar transferencias monetarias. La capacidad de ahorro,

más allá del mantenimiento del hogar transnacional, es muy reducida para una persona que trabaja en el servicio doméstico o como asalariada en una empresa étnica (como una peluquería). Además, los trabajos que realizan generalmente las mujeres inmigrantes (servicio doméstico) no facilitan la adquisición de hipotecas, puesto que los bancos solicitan nóminas para otorgar un crédito. Por esta razón la unión con un hombre, dominicano o español, ya sea el esposo o un socio, ha sido, muchas veces, clave para que las entrevistadas consiguiesen el dinero necesario para la inversión inicial del negocio.

Las empresarias marroquíes en los mercados catalanes

Del trabajo de campo con mujeres marroquíes empresarias en Cataluña se puede extraer una doble tipología de personas en relación con la cronología de las migraciones y la naturaleza del proyecto migratorio. Por un lado, tenemos una primera fase, en el marco de la cual Cataluña aparece como un lugar de paso ante el cierre de fronteras, a partir de la década de 1970, de los países europeos tradicionales de inmigración. Esta primera corriente corresponde principalmente al denominado modelo de *migraciones del Mediterráneo*: la migración de hombres solos, que con el tiempo formarían familias. Se trata de una migración antigua y está, por lo tanto, asentada, en lo que respecta a las condiciones laborales, jurídicas, así como en materia de vivienda. Por otro lado, estaría la migración que corresponde a la fase iniciada en España a partir del año 2000. En el marco de esta fase se dio una intensificación de los flujos de llegada de extranjeros, siendo fuerte la presencia de inmigrantes marroquíes. En esta última migración predomina la llegada de jóvenes inmigrantes de diversas regiones de Marruecos, siendo muy frecuente la situación de irregularidad jurídica.

En el marco de la comunidad empresarial marroquí presente en Cataluña se establece una diferenciación social que responde a un abanico que va desde los empresarios que han podido conseguir una tienda, hasta aquellos que con una simple tela prueban la estrategia de vendedor ambulante. El consumo de productos étnicos, por parte de la comunidad inmigrante, ha dado pie, al igual que en el caso de los dominicanos en Madrid, a la extensión de negocios étnicos por toda la geografía catalana, como las carnicerías *halal* (permitido por el Islam). Al igual que en el caso de las peluquerías dominicanas, este tipo de negocios surgieron de las necesidades específicas del colectivo de inmigrantes. De forma paralela a los empresarios que tienen tiendas, otros marroquíes trabajan en los mercados catalanes. Hay algunos comerciantes que viven de forma sedentaria y se desplazan lo mínimo entre distintos mercados, otros viajan de forma habitual, algunos incluso se embarcan en mercados transfronterizos, como en el caso de Barcelona-Perpiñán.

Los marroquíes que trabajan en los mercados catalanes, ya sean hombres, mujeres o familias, se insertan como autónomos en un tipo de economía distinta a las formas de economía dominante. Son pequeños empresarios que trabajan con márgenes de beneficio y precios más bajos que las grandes superficies. En el marco de la economía rígida dominante, a través del mundo de los mercados, tanto vendedores como clientes, buscan formas más flexibles para el intercambio de mercancías. Se trata de un mundo contrapuesto, a pesar de que se puedan utilizar los mismos proveedores y almacenes, que los mayoristas. A diferencia de las grandes superficies, los empresarios ambulantes son partícipes de todo el proceso: recoger la mercancía, clasificarla, organizarla, transportarla, venderla, etc. No cuentan con ningún tipo de ayuda, ni oficial, ni formal, ni informal. Aquellos que se dedican a la venta ambulante, conviven en su vida cotidiana con la presión policial. En general, el ambiente de los mercados es muy masculino⁹.

Las mujeres marroquíes entrevistadas en los mercados se caracterizan por disponer de un escaso nivel de instrucción, situación similar a la de muchas mujeres en el país de origen. Como es bien conocido, en Marruecos el analfabetismo es muy elevado. La falta de conocimientos lingüísticos, del castellano y del catalán, hace de las marroquíes empresarias, un colectivo mucho más desaventajado respecto a otras mujeres inmigrantes, como es el caso de las latinoamericanas. No obstante, a pesar del bajo nivel de estudios, es frecuente que estas mujeres se hayan socializado previamente en la experiencia empresarial, ya sea a través de sus propias familias o de las familias de sus maridos. Por lo general, la tradición empresarial se ha heredado generacionalmente desde el país de origen hasta Cataluña. Así, el hecho de proceder de una familia emprendedora es un factor crucial en el desarrollo del negocio étnico.

⁹ En este trabajo se ha llevado a cabo observación en diversos tipos de mercados. En primer lugar, están los mercados semanales. Ocho han sido los mercados semanales visitados: Canovelles, Figueres, Encants, Granollers, Perpiñán, Premià de Mar, Roses, Santa Coloma de Farners. Un hecho que parece interesante destacar para todos estos mercados es la gran importancia numérica de la clientela marroquí. La ciudad de Barcelona cuenta con 41 mercados cubiertos. En ellos destacaremos el mercado de Los Encants Vells. Este mercado está ubicado en la isla configurada por las calles de Cartagena, Consell de Cent y Dos de Maig con Diagonal-Glòries. La característica de este mercado es que en él se pueden encontrar todo tipo de productos tanto nuevos como de primera mano. La gran diferencia respecto a otros mercados es que el regateo es la forma de relación predominante entre compradores y vendedores. A primera hora los vendedores se ubican alrededor del mercado de Belcaire y hacia las ocho de la mañana comienzan a instalarse en la plaza, en la anilla interior de la plaza de las Glòries. Este mercado informal nació hace cuatro años en una zona entre la calle Bolivia y la Meridiana, cerca del mercado de Los Encants. Con posterioridad, los vendedores se trasladaron hacia la zona del Bosquet, hasta que, en otoño del 2000, las autoridades intervinieron y empezaron las redadas policiales. Unos meses después el Ayuntamiento cerró todo el perímetro del Bosquet, de tal manera que en el caso de haber una redada policial se impedía la huída de los vendedores. En la actualidad, los vendedores, al estar instalados dentro de la anilla de las Glòries, tienen una mayor movilidad para salir corriendo. Los inmigrantes huyen cuando viene la policía, pero no por el hecho de ser vendedores ambulantes, que en sí no constituye un delito, sino porque no tienen papeles y temen ser detenidos.

Mujeres marroquíes en el marco de la familia-empresa, el papel secundario en “la ayuda familiar”

Una parte de las mujeres marroquíes que están presentes en los mercados catalanes se encuentra en el marco de la familia-empresa. A pesar de ser pequeños negocios, que no precisan de mucha mano de obra, estos emprendedores marroquíes son actores insertos en una economía étnicamente controlada: los autoempleados y empleadores, sus trabajadores familiares y sus empleados coétnicos se organizan conjuntamente. Dentro de este mundo de relaciones de coétnicos, la familia, muchas veces la pareja, así como su descendencia, ofrece su propia fuerza de trabajo para prosperar en los límites que impone el proyecto migratorio familiar. De esta manera, entre muchas de las mujeres marroquíes entrevistadas, el proyecto empresarial se enmarca en la propia estructura familiar, así como en el proyecto migratorio que abarca al conjunto de los miembros del hogar. Las relaciones laborales se entienden en el seno de la familia, de tal manera que se confunden los roles laborales y familiares. Las mujeres utilizan ante el negocio una serie de ritmos, tiempos y estrategias que combinan cotidianamente en la vida laboral y familiar, de forma que entremezclan el espacio del negocio con el espacio doméstico. En el mundo del negocio, la mujer sigue ocupando los puestos internos y el marido los externos, lo que equivale a la división tradicional entre el espacio público-masculino y el privado-femenino.

Aicha es una mujer tangerina de 29 años. La entrevistada señala lo siguiente: “yo ayudo a mi marido”. Esta es la frase que repiten constantemente, tanto las mujeres como los hombres, para referirse a las mujeres marroquíes que están presentes en los mercados catalanes. Aicha es analfabeta, en árabe y en castellano. Al llegar a España estuvo un año sin ir al mercado. Estaba siempre en casa dedicándose a las tareas domésticas. Explica que prefiere estar en el mercado que quedarse en casa porque así se entretiene. Y vuelve a repetir la frase comodín que repiten muchas de sus compatriotas: “Yo ayudo con mi marido”. Pero detrás de esta frase, que limita a las mujeres marroquíes de los mercados a un papel secundario de “ayudantas”, podemos entrever la puesta en marcha de una serie de estrategias paralelas, que podrían suponer un “cierto empoderamiento”. En efecto, para Aicha, el mercado significa ahora su espacio clave de socialización con el exterior y el lugar de aprendizaje del castellano. El discurso de “yo ayudo a mi marido”, puede interpretarse como una justificación que elaboraran las mujeres para hacer frente a los impedimentos de la moralidad musulmana, que limita la participación de las mujeres en el mundo del trabajo y en el espacio público.

En efecto, una clave necesaria para entender este discurso del “yo ayudo a mi marido” es la concepción que tienen nuestros informantes sobre el “verdadero musulmán”, la lectura que hacen las personas entrevistadas de la moralidad musulmana para la mujer. Lina, por ejemplo, señala: “De toda la vida las mujeres marroquíes han trabajado, y estoy segura de que tú las has visto. ¿No has visto como trabajan en el campo?”. Según Lina ella sólo “apoya a su marido en el mercado”.

Según su argumentación la moral musulmana no está de acuerdo con que la mujer trabaje, ni con que acceda al espacio público, tampoco con el hecho de que se intente investigar sobre lo que piensan las mujeres: “Mi religión no me permite fotos ni hablar de estas cosas con la gente, ni política ni así. Sólo lo he hecho contigo porque eres amiga de Chón y eres simpática (...) Mi religión no me deja ni boli ni fotos, hasta yo misma me siento mal con esto. Sólo porque eres amiga de Chón”. Así se expresa Lina en aras de una confusa moral musulmana, en la que el valor del pudor, en teoría, legitima la exclusión pública de la mujer y de su presencia en el mercado.

La vida reproductiva de la mujer en el marco de la familia condiciona su participación en el espacio público y, en concreto, en los mercados. Así las mujeres marroquíes, una vez que han acabado su vida reproductiva, disponen de libertad para acceder al espacio público. En el caso de Aicha, la clave de su presencia en el mercado se encuentra en la infertilidad del marido. Ella se quedaría en casa si tuviese hijos a los que cuidar: “en la casa no hay niños, por eso quiero salir a trabajar”. La categoría de ama de casa pasa sólo a tener verdadera vigencia ante la presencia de los hijos o cuando se vive en el espacio de la familia extensa.

Las mujeres marroquíes empresarias “dueñas de sí, en la precariedad”

En el mercado de las Glòries hay diferentes tipos de categorías de empresariado étnico: los fijos del interior (los que cambian y los que no cambian de “parada”), los fijos de la calle del *Dos de mayo*, y los de fuera. Los de fuera están “fuera de la ley” “no tienen nada que ver con este mercado”, son gente que “se busca la vida”. Los que están dentro están en situación legal y los que están fuera se encuentran en situación irregular. El mercado informal es el lugar externo, el lugar donde es posible encontrar de todo: desde un ordenador portátil, un buen teléfono móvil hasta una muñeca de plástico sin brazos¹⁰. Los vendedores que se ubican en este espacio se ajustan a los días del mercado de los Encants, montando así su “mercado paralelo”. A primera hora de la mañana, cuando la plaza se encuentra cerrada con una verja, los vendedores informales se sitúan en la misma calle que circuncida la Fira de Bellcaire.

Esta división espacial en el mercado está a su vez estructurada por una diferenciación social. La migración más antigua se instala generalmente dentro del mercado, mientras que los inmigrantes “recién llegados” suelen asentarse espacialmente fuera del mercado, en la plaza exterior. La situación jurídica marca igualmente la posición espacial y social de los inmigrantes en los mer-

¹⁰ El capital social tiene en todas estas situaciones una fuerza considerable en el desarrollo de las estrategias comerciales. Se trata de una relación de intercambio de tipo mercantil basada en la amistad, en la “compatriotidad” en el sentimiento de vivir una experiencia común o por el hecho de compartir un mismo espacio social. En ausencia de relaciones contractuales formalizadas los participantes en el intercambio utilizan como criterio los intercambios basados en la confianza mutua.

cados. Los irregulares están fuera. Por su parte, el género, también determina esta segregación socio-espacial. En el mercado exterior, el de los inmigrantes de bajo estatus, se concentran las “verdaderas empresarias”. Mujeres marroquíes autónomas, que negocian sin constricciones familiares, pero que se enfrentan a las presiones policiales. A diferencia del espacio interno, donde las mujeres marroquíes están con sus maridos, en el exterior las mujeres están solas en su puesto. Asumen el papel de “emprendedoras en situaciones de precariedad”. Si en el mercado de dentro, el establecido, las mujeres hacen el papel de “acompañantes del hombre”, en el de fuera, en la informalidad absoluta, aparecen como “verdaderamente emprendedoras”. Estas mujeres son las de más bajo estatus, en cuanto al tipo de negocio que detentan y su distribución espacial. Representan bien lo informal y las expresiones del “buscarse la vida”. No obstante, son “empresarias de sí mismas”. Y desarrollan competencias para gestionar su propia experiencia vital. A través de la actividad empresarial pueden verse inmersas en estrategias de empoderamiento, aunque esto no conlleva necesariamente una movilidad social. No obstante, las mujeres independientes que venden solas en el mercado informal, también están sometidas a la moral musulmana. A Nadia, una mujer joven que vende sola en el mercado exterior, algunos hombres le preguntan por qué no lleva el pañuelo, dicen que tendría que ir *subnía* (con el pañuelo). Ella, a veces, acaba contestándoles duramente e insultándolos. La experiencia de Nadia en el mercado pone en evidencia los requisitos que se le exigen a una “buena musulmana”, y el papel que debe mostrar en público. El pañuelo no sólo denota una identidad sino que es el símbolo del pudor de la mujer en un espacio mixto, el espacio del mercado.

Para las mujeres de mayor edad su presencia en el mercado se acepta más fácilmente, como ocurre con Fátima, que también trabaja en el mercado informal. Fátima acude al mercado dos días a la semana. Su marido, que ya está jubilado y permanece actualmente en casa, trabajaba antes en un puesto de bisutería, en Rubí, Mataró y Terrassa. Llegó a España hace treinta años. Ahora cobra sólo una jubilación de 210 euros mensuales, por eso ella va al mercado: “para conseguir un poco de comida para la época de Ramadán (...), vendo 50 céntimos y 50 céntimos, así poco a poco pasa el día, que te dé para comer para el Ramadán”. Consigue la mercancía comprando en otras “paradas” y, así, construye su propio puesto, en el que vende una mezcla de ropa de segunda mano, CDs, zapatos, relojes, carteras y LPs. Hace dos años que va al mercado. Empezó a ir gracias a una amiga suya de 55 años que la enseñó. Su amiga en la actualidad: “ya está trabajando en una cafetería”, dice Fátima, y con esta frase pone de manifiesto que para ella la actividad del mercado no es un trabajo. Como ya se ha señalado anteriormente y se pone de manifiesto en el caso de Fátima, al llegar a la edad no reproductiva, la mujer puede salir sin problemas a la esfera pública, al mercado.

“yo aquí buscar la vida (...) antes no sabía hablar español, aprendido aquí, en el mercado (...) antes aquí sólo había 15 personas, ahora muchos. Si vienes de una patera pues puedes venir aquí. Lo que gana aquí sólo da para comer. La gente que viene aquí viene porque quiere el *jurria* (la libertad), porque trabajar da igual aquí o allá”.

Dentro y fuera, los antiguos y los recién llegados, los inmigrantes “con papeles” y los “sin papeles”, los “con puesto” y los “sin puesto”, los que pagan impuestos y los que no. Clase social, etnia, género, regularidad/irregularidad, tiempo de asentamiento. Todas estas variables nos ayudan a entender la ubicación en los dos espacios de intercambio. Así, parecen distinguirse dos categorías sociales principales entre los marroquíes que venden en los mercados: los de la plaza, en una situación más precaria, y por otro, los de la *fira*, que van mejor vestidos, tienen más edad, dominan más el castellano, tienen un mayor nivel de estudios y más *savoir faire*. Las mujeres marroquíes que son “empendedoras de sí mismas”, están en la plaza, las “ayudantes de los maridos”, en el interior del mercado.

El empresariado étnico como una estrategia “refugio”, de informalidad y flexibilidad para las mujeres marroquíes en los mercados catalanes

En el caso de las mujeres marroquíes el empresariado étnico responde a dos factores esenciales. Por una parte, a la necesidad de evitar los mecanismos de discriminación en el mercado de trabajo. Las entrevistadas encuentran, con frecuencia, una serie de trabas cuando quieren acceder a un puesto ocupacional. La mujer que trabaja como vendedora en una tienda explica que no puede conseguir un trabajo como peluquera en Barcelona, dice que todos le contestan: “ya te llamaremos”, y después no llaman. Siempre le piden una carta de recomendación que no tiene, puesto que nunca ha trabajado en España.

Trabajar como autónomo en los mercados puede ser percibido como una elección libre; no obstante, en muchas ocasiones, supone una opción “forzada”, puesto que los mercados es el lugar que la sociedad de acogida asigna a estos inmigrantes. Los inmigrantes marroquíes, mujeres, familias u hombres, se insertan en los mercados como la mejor opción posible y encontrada en la “limitada” estructura de oportunidades que les ofrece la sociedad catalana. El proyecto empresarial suele constituirse, por lo general, en la parada final de la trayectoria de la movilidad laboral, donde no todos aspiran a la apertura de tiendas. La opción de la movilidad hacia el mercado es, a menudo, una opción resultante de la fuerte discriminación que viven los marroquíes en el trabajo asalariado. No supone un peldaño sino la única puerta abierta disponible en el mercado laboral. Así, el empresariado étnico se puede entender, en este caso, como una respuesta ante el difícil acceso a otros trabajos. Responde a una estrategia de independencia económica, a una autodefensa básica frente a

la exclusión (Light 2000). Supone una posibilidad abierta frente a la marginación que viven los inmigrantes marroquíes en el mercado de trabajo. En los casos más extremos, el empresariado étnico forma parte de la economía de *patchwork*, es decir, la combinación de ingresos procedentes de diversas fuentes: prestaciones de desempleo (de la hostelería, del servicio doméstico) y de jubilación, renta de inserción mínima, etc. Esta economía se fundamenta en ir a la búsqueda de todas las oportunidades disponibles: pedir dinero prestado a los amigos, intentar conseguir ayudas públicas, etc.

No obstante, más allá de una estrategia para hacer frente a la exclusión social, el trabajo en los mercados para las mujeres marroquíes responde a una necesidad de flexibilidad en la gestión del trabajo. En el mercado de las Glòries, tanto en el de dentro, y especialmente en el de fuera, se puede encontrar este marcado carácter de flexibilidad: la posición de los mercaderes, la adaptabilidad constante en función de las necesidades familiares, de la celebración de las propias fiestas –por ejemplo, decidir no trabajar durante el Ramadán o acortar las horas laborales durante esta celebración–, no ir al mercado cuando un familiar está enfermo, etc. Este espacio brinda la posibilidad de organizar el trabajo en función de los gustos, de las tradiciones y de las necesidades personales. En general, concede una mayor libertad a las mujeres marroquíes, que el mercado laboral regulado. Flexibilidad e informalidad, son las características básicas del contexto en el que opera el empresariado étnico para las mujeres marroquíes en los mercados. Una informalidad que es producto de la fuerte precariedad económica.

Conclusiones. Los determinantes y las estrategias de movilidad social empresarial para las mujeres inmigrantes

El análisis del empresariado étnico para las mujeres dominicanas en Madrid y marroquíes trabajando en los mercados catalanes nos permite sacar a la luz una serie de determinantes y de estrategias empresariales. Los principales determinantes del empresariado étnico son, en primer lugar, la antigüedad de la corriente migratoria, la necesidad de servicios para la comunidad inmigrante, la presencia de “enclaves” étnicos, la estructuración de las redes sociales y comunitarias, así como la estabilidad jurídica. En segundo lugar, la situación familiar y el tipo de migración. En tercer lugar, la experiencia empresarial previa y la socialización en el trabajo por cuenta propia. En cuarto lugar podemos señalar los factores culturales y las relaciones de género. La articulación de estos determinantes va configurando las estrategias migratorias empresariales que pueden ir desde la estrategia refugio ante la situación de precariedad que viven las mujeres marroquíes “empresarias de sí mismas”, la estrategia refugio o de movilidad laboral de las dominicanas para salir del servicio doméstico, la familia-empresa como estrategia de movilidad laboral o social para las mujeres marroquíes “ayudantas de sus maridos”, la empresa como una estrategia

familiar protagonizada por las mujeres dominicanas, hasta el empresariado como una estrategia de continuidad profesional para las mujeres dominicanas que ya eran peluqueras o profesionales liberales en el país de origen. Determinantes y estrategias que se resumen en el siguiente cuadro:

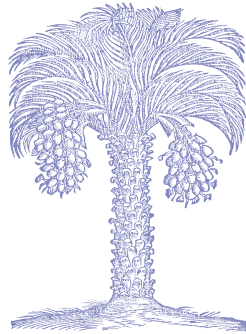
CUADRO I
DETERMINANTES Y ESTRATEGIAS DEL PROYECTO MIGRATORIO EMPRESARIAL

	Mujeres dominicanas	Mujeres marroquíes
Antigüedad de la corriente migratoria, necesidad de servicios a la comunidad inmigrante, presencia de “enclaves étnicos” y estructuración de las redes sociales y comunitarias. La estabilidad jurídica.	Cuatro Caminos como “proto-enclave” (peluquerías, bares, supermercados, etc.). El apoyo de los “primeros empresarios”. El empresariado como estrategia refugio para salir del nicho del servicio doméstico o como estrategia de movilidad laboral .	La primera corriente migratoria marroquí y el empresariado de “mayor estatus”, empresarios regulares en el interior de los mercados. El empresariado como estrategia de movilidad laboral . Los recién llegados y los irregulares, vendedores en el “exterior”, en situación de precariedad. El empresariado como estrategia refugio .
Situación familiar y tipo de migración.	Mujeres casadas y la ayuda del marido dominicano o español. La empresa como proyecto familiar protagonizado por la mujer . La migración de mujeres “jefas de hogar” y la presencia de hogares transnacionales. Una dificultad para la estrategia empresarial.	La migración marroquí familiar la familia-empresa como estrategia de movilidad social . Mujeres “ayudantas de sus maridos”, en un papel secundario. Mujeres solas en los mercados “buscándose la vida en la precariedad”.
La experiencia empresarial previa y la socialización familiar en el trabajo por cuenta propia	Mujeres con bajo nivel de instrucción pero socializadas en “el peinado del pelo”, por tradición. La empresa como estrategia refugio. La peluquería o la profesión liberal como estrategia de continuidad profesional .	Mujeres con un bajo nivel de instrucción pero socializadas en el trabajo por cuenta propia.
Los factores culturales y las relaciones de género	La jefatura de hogar femenina de las mujeres dominicanas y la costumbre de “buscarse la vida” como factores alicientes al espíritu emprendedor.	La lectura de la “moralidad musulmana” que limita el acceso al espacio público y al trabajo para las mujeres como limitadora de la actividad empresarial femenina, fuera de la “ayuda familiar”. La necesidad de flexibilidad laboral por las costumbres y el papel femenino en la estructura familiar.

Bibliografía

- ANTHIAS, F.; MEHTA, N. (2002) "Gender, Migration and Self-employment: Gender Divisions and Ethnic Enterprise, en Apitzsch, U.; Contos, M. (eds.) *Self-employment, Gender and Migration. Women in Non-Privileged Self-employment. International Review of Sociology*, vol. 2
- APITZSCH, U. (coor.) (2005) *The Chances of the Second Generation in Families of Ethnic Entrepreneurs: Intergenerational and Gender Aspects of Quality of Life Processes*. Proyecto de investigación DG-Research of the European Commission under the Fifth EU Framework Programme for Research.
- APITZSCH, U.; CONTOS, M. (eds.) (2002) *Self-employment, Gender and Migration. Women in Non-Privileged Self-employment. International Review of Sociology*, vol. 2.
- BLASCHKE, J.; BOISSEVAIN, J.; GROTENBREG, H.; JOSEPH, I.; MOROKVASIC, M.; WARD, R. (1990) "European Trends in Ethnic Business", en Waldinger, R.; Aldrich, H.; Ward, R.: *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- BODY-GENDROT, S.; MA MUNG, E. (1992) "Editorial". *Entrepreneurs Between Two Worlds. Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 8, nº. 1.
- COLECTIVO IOE (1991) *Trabajadoras extranjeras de servicio doméstico en Madrid*. Ginebra: OIT.
- COLECTIVO IOE (2001) *Mujer, inmigración y trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, IMSERSO.
- GREGORIO GIL, C. (1998) *La migración femenina y su impacto en las relaciones de género*. Madrid: Narcea.
- HERRÁNZ GÓMEZ, Y. (1998) "Servicio doméstico y feminización de la inmigración en Madrid". *Ofrim Suplementos*, pp. 65-83.
- HILLMAN, F. (1999) "A look at the "Hidden Side". Turkish Women in Berlin's Ethnic Labour Market". *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 23 nº. 2: 267-282.
- MARIE, C. V. (1992) "Les étrangers non-salariés en France, symbole de la mutation économique des années 80". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8, nº. 1.
- MOROKVASIC, M. (1991) "Roads to Independence Self-employed Immigrants and Minority Women in Five European States". *International Migration*, vol. 29, nº. 3.
- MOROKVASIC, M. (1999) "Beyond the Hidden Side: Immigrant and Minority Women in Self-employment and Business in Europe". Ponencia presentada al *IOM Workshop on Women and Migration*. Ginebra, 30-31 de Agosto.
- OSO, L. (1998) *La migración hacia España de mujeres jefas de hogar*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- OSO, L. (dir.) (2004) *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. Madrid: Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- OSO, L. (2004) "Mujeres dominicanas y empresariado étnico en Madrid", en Oso, L. (dir.): *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. Madrid, Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- PORTES, A.; BACH, R. (1985) *Latin Journey*. Berkeley: University of California Press.

- PORTES, A.; MANNING, R. (1986) "The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples", en Nagel, J.; Olzak, S. (eds.) *Competitive Ethnic Relations*, Feborida Academic Press.
- RAMÍREZ, A. (1998) *Migraciones, género e Islam: mujeres marroquíes en España*. Madrid: Mundo Árabe e Islámico, Educación y Cultura.
- RIBAS MATEOS, N. (1999) *Las presencias de la inmigración femenina. Un recorrido por Filipinas, Gambia y Marruecos en Cataluña*. Barcelona: Icaria.
- RIBAS N. (2004) "El empresariado étnico de las marroquíes en el mundo de los mercados catalanes". Oso, L. (dir.) *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. Madrid: Instituto de la Mujer, informe inédito de investigación.
- SOLÉ, C. (1994) *La mujer inmigrante en España*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- WALDINGER, R. (1993) "Le débat sur l'enclave ethnique: revue critique". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 9, nº. 2
- WILSON, K.; PORTES, A. (1980) "Immigrant Enclaves: A Comparison of the Cuban and Black Economies in Miami". *American Journal of Sociology*, vol. 78: 135-60.



**PARTE IV:
CAPITAL SOCIAL
Y CULTURAL**

El empresariado como modo de vida. El caso de los inmigrantes chinos

Joaquín Beltrán

Definición mínima

Asociar la idea de empresariado a la de modo de vida puede resultar extraño a primera vista. El objetivo de este capítulo es reflexionar sobre la articulación de ambos conceptos, para lo cual se utilizará el caso de los migrantes chinos.

Una definición mínima de empresario –y por extensión empresariado– es la de aquellas personas –o grupos sociales como la familia, cooperativas, e incluso institucionales como el Estado y sus diferentes organismos, etc.– que poseen sus propios medios de producción y, por lo tanto el trabajo que realizan no es asalariado. La idea de empresario conlleva la de independencia y autonomía –conceptos siempre relativos– en cuanto a la toma de decisiones para producir –organizar la producción, las inversiones– con el objetivo primario de subsistir y secundario de obtener beneficios. Los empresarios están presentes en todos los sectores de la economía –agricultura, industria, servicios– y pueden incluir desde los así denominados autoempleados a las pequeñas empresas familiares hasta alcanzar las grandes multinacionales. Un vendedor ambulante que obtenga unos ingresos mínimos para subsistir es un empresario, es decir, no trabaja a cambio de un salario ni está sometido a ninguna disciplina laboral impuesta por el empleador, es libre, en definitiva, de tomar las decisiones que crea oportunas para llevar a cabo su trabajo independiente: qué comprar, dónde vender, a qué hora, se atenga o no a las regulaciones administrativas que regulan la venta. De cualquier modo, dispone de un capital inicial, por muy pequeño que este sea, lo invierte en la compra de una serie de productos que distribuirá vendiéndolos por un precio mayor al de su coste con el objetivo de obtener beneficios que le permitan subsistir en primer término, o acumular capital, en segundo. En definitiva, ser empresario consiste en poseer los medios de producción y gestionarlos, decidir qué hacer con ellos, ser autónomo e independiente.

Se ha criticado que la mayoría de las investigaciones sobre empresariado se basan en definiciones elitistas (Light y Rosenstein, 1995) centradas en aspectos tales como tamaño y localización de las empresas, innovación, tipos de propiedad, capital inicial y desarrollo del capital, toma de riesgos y autoempleo. Un caso extremo de actividad empresarial que cuestiona esta perspectiva tradicional lo proporciona el análisis de Abel Valenzuela (2001) sobre los jornaleros que ofrecen sus servicios en mercados informales de trabajo como las plazas de pueblos y ciudades. El tema clave es que la lógica económica del jornalero, del autoempleado y de la gran empresa es la misma y parte de los mismos presupuestos. Más allá del volumen de capital que movilicen en sus actividades, todos disponen de los medios de producción y deciden personalmente cómo emplearlos.

Modo de vida, es un concepto más difuso, por él se entiende no sólo la forma de vivir, sino el modelo, la ideología y las expectativas sobre el estar en el mundo y vivir en sociedad que se poseen, se lleven o no a la práctica, en el momento presente. Esta distinción entre ideología y práctica es fundamental para el argumento que aquí se desarrolla, porque muchas veces un modo de vida suele reducirse a un modelo ideal al que se aspira. Al describir una sociedad se tiende a realizar macrogeneralizaciones que simplifican la complejidad de los procesos y de los múltiples factores que intervienen en cada momento, la dinámica entre los agentes individuales y sociales y las estructuras e instituciones que han creado y los limitan hasta cierto punto. A menudo, se impone el modo de vida de las elites que poseen el poder en cada contexto, en tanto se autoproclaman las representantes de toda la sociedad, y los modos de vida alternativos, es decir los que no comparten la definición de las elites, quedan silenciados, a veces incluso marginados y reprimidos (Beltrán, 1999).

Empresariado como modo de vida es, por lo tanto, el tener como horizonte o expectativa, si no es un hecho ya presente, la propiedad de los medios de producción y, por lo tanto, el no estar asalariado y no ser dependiente de la venta de la propia fuerza de trabajo en el mercado laboral general.

La sociedad y el sistema político-económico chino

La sociedad y el sistema político-económico chino posee un sustrato empresarial desde época muy temprana, es decir, desde antes de nuestra era, cuando el Estado se centralizó siguiendo un modelo burocrático racionalizado. A pesar, y siendo conscientes, de lo problemático que resulta la exportación de conceptos que surgen con el desarrollo del capitalismo a realidades temporales “premodernas”, en la medida en que obedecen a los mismos principios básicos serán utilizados en este apartado. Una de las primeras transformaciones socioeconómicas

clave del Estado chino fue el apoyo y fomento de la sucesión y herencia de los patrimonios acumulados por la anterior generación a partes iguales entre todos los descendientes –varones, eso sí– de la familia (Shiga, 1978; Ebrey, 1991). El ideal de la sociedad china –patrocinado por el Estado, es decir, por la elite que poseía el poder y definía la ortodoxia– era el de una sociedad agraria de pequeños propietarios con un nivel moderado de bienestar (*xiaogang*) (Lu, 2000; Wong, 1999a).

La propiedad de los bienes era básicamente familiar, y la familia se convirtió en una suerte de empresa. Todas las familias aspiraban a ser independientes y a prosperar. Evidentemente, no todas lo eran ni podían serlo por las desigualdades socioeconómicas y por los procesos históricos de acumulación de bienes que se sucedían cíclicamente, pero el estado, cuando la concentración de los recursos económicos en pocas manos alcanzaba niveles de extrema desigualdad e injusticia, acaba expropiando, desamortizando y realizando reformas agrarias devolviendo la propiedad de los medios de producción al mayor número posible de familias. De este modo, no sólo se han realizado periódicamente reformas agrarias a lo largo de la historia china, sino que también el Estado ha puesto límites a la acumulación mercantil (Wong, 1999b), obligando a los comerciantes ricos a reciclar su riqueza económica vía la inversión en educación para formar parte de la elite política, debido al desprestigio al que su clase social ha estado siempre sometido: constituyen el estrato social y ocupacional más bajo dentro del modelo confuciano de estratificación social que de mayor a menor prestigio incluye a los letrados-funcionarios, agricultores, artesanos y comerciantes (Brook, 1999). El capital acumulado por los comerciantes se pensaba que era el resultado de aprovecharse del trabajo de los demás, en consecuencia eran catalogados de parásitos sociales y no les quedaba más remedio que invertir en la compra de tierras –la agricultura ha sido hasta muy recientemente el medio de vida más valorado– y en la educación de sus descendientes para que pasaran a formar parte de la elite política tras superar los exámenes del sistema imperial establecido para reclutar a los funcionarios.

Una sociedad de pequeños propietarios agrarios ha sido siempre el ideal. La familia posee sus medios de producción y utiliza su propia fuerza de trabajo en la explotación familiar con el objetivo tanto de subsistir como de prosperar. La división a partes iguales en el momento de la herencia ha impedido que los grandes patrimonios perduren durante muchas generaciones, aunque la elite económica, los miembros ricos de los linajes, desarrollaron estrategias para reproducirse como la creación de propiedades corporativas del linaje –tierra en honor a los antepasados que quedaba exenta del mecanismo redistributivo de la herencia, y cuyos beneficios se utilizaban para financiar el culto a los antepasados del linaje–, siendo sus administradores quienes tenían en definitiva el poder económico local y quienes explotaban a sus propios parientes pobres arrendándoles las “tierras públicas” de los antepasados (Ebrey, 1991; Watson, 1985).

Un análisis sugerente sobre el modo de vida empresarial, sobre las familias chinas y su expectativas y estrategias dentro del Estado imperial burocrático y tributario chino, es el realizado por Hill Gates (1996). Parte de la base de que en China siempre han coexistido, al menos, dos modos de producción, el tributario y el pequeño-capitalista, y durante los últimos mil años se han sucedido ciclos donde cambiaba el equilibrio entre ellos, es decir, a veces predominaba uno y en otras ocasiones otro, aunque nunca han dejado de estar simultáneamente presentes ambos. El modelo de producción pequeño-capitalista es el equivalente al de empresariado, o al de familia-empresa en el contexto chino.

La empresa familiar ha sido el motor del desarrollo económico de los dragones asiáticos étnicamente chinos de Taiwan, Singapur y Hong Kong, y en la actualidad lo está siendo del sureste de la propia China que ofrece las tasas más altas de crecimiento económico (Beltrán, 2000). La iniciativa privada ha dejado de ser perseguida y ahora es fomentada en la China socialista. El primer paso fue la devolución de la gestión de la producción agraria a las familias –sistema de responsabilidad familiar. La familia volvía a ser dueña de su destino y se dispuso a maximizar sus recursos y fuerza de trabajo (Zhou, 1998). La mano de obra excedente comenzó a emigrar o a emplearse en industrias de nueva creación también en gran medida de escala familiar, de modo que diversificaban a su mano de obra ocupándola en distintos sectores en busca de la prosperidad. Este fenómeno se dio previamente en los dragones asiáticos (Niehoff, 1987; Greenhalgh, 1994). Pero tampoco hay que olvidar que Japón y Corea del Sur, es decir sus economías, están en gran parte en mano de pequeñas industrias familiares que subcontratan diversos procesos de la producción a las grandes empresas. La empresa familiar es una constante en Asia Oriental, que se ha convertido en el motor económico. Incluso en España su importancia económica es fundamental: el 65% de las empresas son familiares; suponen el 65% del PIB y el 80% del empleo privado; emplean a más de ocho millones de personas; realizan el 60% de las exportaciones (*El País*, 14 de abril de 2002).

Emigrantes chinos: empresarios de la diáspora

Los primeros emigrantes internacionales chinos fueron comerciantes que se establecieron en el sureste asiático. El Estado imperial llegó un momento en que prohibió sus actividades pasando a ser ilegales y obligándoles a convertirse en contrabandistas –una muestra más del rechazo confuciano hacia el comercio, aunque el tema es más complejo porque, sobre todo, la última dinastía era étnicamente manchú y no del grupo étnico *han* que es el mayoritario en China, y consideraba también a muchos emigrantes como un foco de resistencia contra su gobierno. Posteriormente se desarrolló la exportación de mano de obra sin cualificar coincidiendo con la

abolición de la esclavitud (Beltrán, 1997a). Una parte de esa mano de obra acabó estableciendo empresas propias –el pequeño comercio en el sureste asiático, así como en una gran parte de las islas del océano Pacífico, está en manos de la minoría china–, y con el paso del tiempo llegaron a dominar sectores económicos en su totalidad y a acumular un gran capital –siempre con base familiar– (Beltrán, 2002).

La emigración china hacia Europa, con la excepción de Gran Bretaña, por una parte, y de Francia y los Países Bajos, por otra, que cuentan con vínculos coloniales en determinados países o zonas con minorías chinas significativas (Indonesia, Vietnam, Laos, Camboya, Malaysia, Hong Kong), procede de una zona muy concreta y pequeña de China: el distrito de Qingtian y los vecinos de Wenzhou, en el sur de la provincia de Zhejiang. Los pioneros qingtianeses eran artesanos de esculturas de piedra y comerciantes de las mismas que llegaron con sus mercancías a Europa. Una vez aquí algunos se transformaron en buhoneros: su capital lo invertían en las mercancías que llevaban consigo en una maleta de pueblo en pueblo, de feria en feria y de país en país. Los buhoneros con más éxito abrieron compañías de importación y tiendas de venta al por mayor, además de otros servicios para sus compatriotas (casas de comida, posadas, etc.). Tras la Segunda Guerra Mundial, progresivamente fueron abandonando su ocupación itinerante y se insertaron en el sector de la hostelería como restauradores de comida china. Abrieron restaurantes por toda Europa, empresas que son fundamentalmente familiares –es decir, la mano de obra es familiar– desencadenando procesos de reunificación familiar por primera vez en Europa (Beltrán, 2003).

A España llegaron empresarios chinos residentes, y a menudo con nacionalidad, de otros Estados europeos. A la hora de invertir en la ampliación de sus negocios optaron por diversificar su asentamiento en distintos países, en vez de quedarse únicamente dónde ya estaban presentes. Una vez establecidos en España volvieron a poner en marcha nuevos procesos de reunificación familiar (Beltrán, 1997b). Por su parte, en origen se fue extendiendo progresivamente la zona de emigración de forma paralela al desarrollo de la polarización social que dividía a la población entre los que tenían parientes emigrantes y los que no. La llegada de remesas de divisas marcaba la diferencia de nivel de vida y de consumo, de modo que cada vez eran más numerosas las personas dispuestas a emigrar (Beltrán, 2003, 2005; Li, 1999). De hecho, la emigración desde el distrito de Qingtian y de sus alrededores de Wenzhou, afecta a todas las clases sociales. La cultura migrante que se ha desarrollado en la zona valora más el éxito en el extranjero que en origen, lo cual obliga a que los que están bien establecidos y con éxito en origen también emigren junto a sus parientes y vecinos menos favorecidos por la suerte, más humildes y con menos cualificación y poder de influencia social.

Es precisamente esta especial cultura migrante el caso aquí analizado. Se trata de un estudio de caso concreto, de un *qiaoxiang* (comarca especializada en la migración internacional) con

sus propias peculiaridades históricas y socioeconómicas, que no puede hacerse extensible ni generalizable para describir el comportamiento de la gran diversidad de flujos y orígenes que componen la totalidad de la migración internacional china. No obstante, y a pesar de las diferencias internas que se puedan encontrar, el impulso comercial, empresarial y tendente a la autonomía económica familiar, es bastante común a lo largo de la historia de la diáspora china, reflejando, en cierto modo, principios inherentes a la ideología confuciana que ha dominado en discurso oficial de las elites durante siglos, y principios ideológicos subyacentes a una estructura socioeconómica de pequeños propietarios agrarios.

Los qingtianeses se caracterizan por una salida al extranjero relativamente tardía (principios del siglo xx) en comparación con sus vecinos del sur en las provincias de Fujian y Guangdong que establecieron pequeñas comunidades de comerciantes en el sureste asiático desde el siglo x en adelante. Además, también su destino preferente, les distancia de sus meridionales compañeros de la diáspora, pues para los procedentes del sur de la provincia de Zhejiang es Europa, y especialmente Europa Occidental, su principal destino. Europa constituye la última frontera para el despliegue empresarial chino.

El proceso habitual de asentamiento de los empresarios pasa por un periodo inicial de trabajo asalariado, normalmente con empleadores chinos y donde aprenden lo básico del funcionamiento de los negocios que después emprenderán con la familia; además es imprescindible el ahorro, un estilo de vida frugal reduciendo el consumo a lo mínimo necesario junto a la dedicación del máximo número de horas posible al trabajo para acumular el capital lo antes posible; y finalmente la apertura de la empresa que reúne el resultado del esfuerzo de muchos años y de varios miembros de la familia que ponen en común sus ahorros, o recurren a créditos de otros familiares, amigos, vecinos, conocidos con mejor disposición económica. En un primer momento la empresa dependerá fundamentalmente de la mano de obra familiar y con el paso del tiempo, tras la devolución de las deudas y los créditos contraídos, y su posible su éxito y rentabilidad económica se dedicará parte del capital obtenido a la educación de la generación más joven, liberándola del trabajo en la empresa familiar (Beltrán y Sáiz, 2001).

Si observamos la evolución de los permisos de trabajo concedidos a ciudadanos chinos en España durante los últimos quince años por tipo de dependencia laboral, se constata el gran peso de los empleados por cuenta propia, alcanzando el máximo en 1990 con el 62% del total. Existen varios ciclos de bajada y subida del porcentaje relativo de trabajadores autoempleados que se corresponden con los procesos de regularización: en 1991 los autónomos bajaron al 33% para subir al 44% en 1994 que de nuevo bajaron al 27% en 1999. Otra fuente de datos muestra que el 29% de los trabajadores chinos dados de alta en la Seguridad Social lo está por cuenta propia en julio de 2005, frente a una media de 12,5% de autónomos para el total de los trabajadores extranjeros.

Evidentemente, no todos los inmigrantes chinos son trabajadores autónomos, pero tienden a serlo en cuanto pueden y a ello dedican todos sus esfuerzos desarrollando estrategias de todo tipo, como, por ejemplo, enviar a sus hijos nacidos en España a China para liberar la mano de obra de ambos cónyuges, con el objetivo de acumular lo antes posible el capital necesario para abrir sus propias empresas y dejar de ser asalariados convirtiéndose así en independientes. Sin duda, el empresariado es un modo de vida para los inmigrantes chinos del sur de la provincia de Zhejiang.

Capital social, cultural y económico

Existe un amplio y duradero debate acerca de hasta qué punto es determinante el capital social y cultural (recursos étnicos) de los emigrantes frente al capital económico para el establecimiento de empresas de su propiedad. La introducción en la argumentación de la noción de capital cultural ha sido criticada por el excesivo determinismo cultural a la hora de explicar comportamientos económicos que obedecen, en definitiva, a la lógica económica del mercado, supuestamente neutral. También se acusa a quienes recurren a matices culturales (recursos étnicos) de olvidarse de la estructura de oportunidades presente en cada medio y contexto, así como de las regulaciones oficiales que facilitan u obstaculizan la actividad empresarial de los inmigrantes. Es evidente que las leyes del mercado son comunes para la actividad económica en el sistema capitalista, del mismo modo que cada país cuenta con estructuras económicas con su propia especificidad y dinámica, y que estos factores afectan al comportamiento económico de los inmigrantes.

No obstante, también es cierto que ante los mismos constreñimientos estructurales, las personas procedentes de diferentes tradiciones, países y culturas, desarrollan actividades distintas y se incorporan al mundo laboral de forma diferente. Por lo tanto, las supuestas variables objetivas estructurales, manifestadas por la estructura de oportunidades, no son capaces de explicar por sí solas por qué, por ejemplo, los chinos en España tienen una alta tasa de actividad por cuenta propia, frente a los filipinos, marroquíes, etc., y más si tenemos en cuenta que la mayoría de los miembros de estas comunidades proceden de unas circunstancias objetivas similares en cuanto a origen rural, nivel educativo, diferencial de nivel económico entre sus países y España, etc.

También se argumenta que la segregación, discriminación, xenofobia y racismo impide el acceso a determinados puestos de trabajo y dificulta la movilidad social ascendente en las sociedades donde se instalan los inmigrantes, personas de origen extranjero, por definición. Las dificultades del acceso al mercado laboral de la sociedad general en igualdad de condiciones a los

autóctonos es otro factor que obliga al autoempleo. Desde esta perspectiva que afirma que uno se hace empresario porque no puede ser competitivo en otras ocupaciones ante la discriminación que sufre, junto con los inmigrantes chinos (31,5% de autoempleo) los más discriminados en España serían las comunidades con unas tasas de autoempleo más elevadas, a saber, británicos (37,3%), alemanes (34,5%), franceses (22,8%), italianos (20,7%), brasileños (14,8%), venezolanos (13,6%) y argentinos (14,0%). Si tenemos en cuenta los estudios sobre racismo y xenofobia realizados en España, observamos que no coinciden las comunidades más discriminadas con las más emprendedoras, por lo tanto el argumento de la actividad empresarial como “refugio” que tanto éxito ha tenido en la literatura anglosajona sobre empresariado étnico e inmigrante, haciéndose eco de la misma también la producción científica del norte de Europa, en el caso español no acaba de demostrarse con la evidencia empírica del fenómeno aquí desarrollado.

La variable clave que explica la propensión al empresariado del grupo procedente del sur de la provincia de Zhejiang (el 70% de todos los inmigrantes chinos en España) es el capital cultural y social, sin infravalorar la estructura de oportunidades que también entra en juego. De hecho, es necesario precisar que los migrantes chinos se han adaptado históricamente a las diferentes circunstancias socioeconómicas que han encontrado en cada lugar del mundo donde se han establecido, tendiendo a desarrollar nichos económicos que evitan, en la medida de lo posible, la competencia directa con el mercado laboral general. Un ejemplo de lo anterior sería el desarrollo de los restaurantes de comida china, pues aunque cualquier persona puede aprender a cocinar comida china, a nadie más que a ellos se le ocurrió en un primer momento abrir restaurantes de comida china –no olvidemos que inicialmente la clientela era coétnica–, incluso aunque en muchas ocasiones ni siquiera fueran cocineros profesionales los encargados de los fogones. También hay que tener en cuenta que no todas las personas chinas son iguales en el sentido de que el ideal del empresariado no es necesariamente compartido por todos. El ejemplo más claro lo constituye el nuevo flujo migratorio procedente del noreste chino, muy alejado del núcleo tradicional de emigración hacia España, cuyos miembros suelen tener un nivel cultural más alto que sus compatriotas meridionales, así como antecedentes urbanos y de trabajo asalariado en fábricas. Los nuevos chinos septentrionales no comparten en la misma medida que sus compatriotas meridionales el ideal del empresariado, de modo que acaban empleándose como asalariados con empleadores españoles y su proyecto migratorio no pasa necesariamente por abrir negocios en España, sino más bien esperan retornar a China con lo ahorrado tras unos años de trabajo en el extranjero.

Nos encontramos pues con personas procedentes del mismo origen (China) que afrontan con diferentes perspectivas su trabajo en el extranjero, caso ejemplar de cómo las generalizaciones siempre deben de puntualizarse. La llegada de estos nuevos migrantes, matiza, pero no

cuestiona, el planteamiento general aquí desarrollado, a saber, que la cultura china en cierto modo predispone a la actividad empresarial en tanto que la constituye en un modo ideal de establecimiento y funcionamiento social no sólo en contextos migratorios, sino también en sus propios pueblos. Las elevadas tasas de actividad económica autónoma continúan presentes en el colectivo chino incluso aunque el volumen de su población en España no cesa de aumentar a un ritmo muy rápido.

Los ciclos de crecimiento y disminución de la tasa de trabajo autónomo chino son paralelos al ritmo de crecimiento de la comunidad, determinado en gran medida por los procesos de regularización extraordinaria de trabajadores extranjeros que se han sucedido a lo largo del tiempo en España. La consecuencia directa es que la entrada de nuevos inmigrantes supone el momentáneo incremento de la tasa de empleo dependiente o asalariado, lo cual nos lleva a considerar la segunda parte de la ecuación de los capitales puestos en juego, en concreto, el papel del capital económico. La disposición de recursos económicos suficientes constituye un requisito imprescindible para la actividad empresarial. La apertura de negocios exige la inversión de un capital inicial considerable, y variable según la naturaleza, escala y alcance de la empresa, capital que no siempre se dispone en el momento de emigrar. Lo habitual es que el capital se acumule gracias al esfuerzo de varios miembros de la familia mediante el trabajo asalariado durante un considerable periodo de tiempo. Por lo tanto, se suele trabajar varios años para otros antes de iniciar la aventura empresarial. Los procesos de regularización ayudan a aflorar la mano de obra dependiente, en situación irregular, en un momento dado, como paso previo y necesario para su acceso al trabajo autónomo. No obstante, la irregularidad jurídica no impide necesariamente la inversión de capital y gestión de una empresa. Se puede recurrir a personas que cumplan los requisitos necesarios como titulares de la propiedad de un negocio que prestan su nombre mientras el inversor-empresario normaliza su situación jurídico-administrativa sometida a la legislación vigente.

El capital no sólo procede del trabajo previo asalariado realizado en España, en uno o más lugares de la geografía del país, también puede ser el resultado del ahorro y del trabajo en otros países de Europa, cuyos residentes y trabajadores finalmente deciden invertirlo en España en la apertura de algún negocio. También, en ocasiones, se viene directamente desde China con el capital necesario sin necesidad de pasar por la fase de migrante asalariado en el extranjero. La movilidad de capital y de fuerza de trabajo dentro de la diáspora china es muy frecuente. Las trayectorias laborales personales de los empresarios chinos en España suelen incluir muchos destinos previos antes de la apertura de sus negocios; además cuentan con redes de parentesco y de amistad muy extensas y que abarcan a muchos países. Otras formas de obtener el capital inicial consisten en pedir créditos a parientes y amigos, en organizar asociaciones de crédito o en establecer asociaciones de inversión con

diversos socios capitalistas que funcionan a modo de accionistas en la nueva empresa, repartiendo los beneficios de acuerdo a sus aportaciones iniciales y a su implicación en el trabajo del mismo.

El capital cultural y social orienta el uso y la disposición del capital económico. De entrada, el sistema de valores imperante a nivel general, o al menos en la región de donde procede la mayoría de los inmigrantes chinos en España, fomenta la actividad empresarial y la autonomía, con el consiguiente comportamiento destinado a la acumulación previa. Las oportunidades de trabajo ofrecidas en el extranjero son explotadas al máximo a partir del establecimiento previo de los pioneros y al desarrollo de nichos económicos étnicos que facilitan el acceso al ámbito laboral. Lo mismo sucede con la apertura de negocios. En definitiva, el ideal del modo de vida del empresariado se ha convertido en un hecho en muchos casos en el extranjero dentro de una serie de actividades o sectores económicos que dominan y controlan. El capital cultural y social proporciona la predisposición, experiencia, información, e incluso la posibilidad de acceso a créditos y a mano de obra que resultan imprescindibles para el éxito empresarial en el extranjero. El éxito en el extranjero posee un mayor prestigio que el éxito en China en la especial cultura migrante característica de zonas específicas especializadas en la migración internacional que han acabado separando los espacios de ocio y negocio a escala global: se trabaja en Europa y se disfruta y descansa en China (Li, 1999).

La comunidad china en España constituye un caso más de la diáspora china dispersa por todo el mundo. En cada país concreto se producen adaptaciones al medio y a las estructuras socioeconómicas que encuentran, con resultados semejantes de un alto porcentaje de trabajo autónomo y actividad empresarial. La escala de las empresas es variable, predominando las de ámbito familiar, aunque algunas se han convertido en pequeñas multinacionales con filiales repartidas por diversos países del mundo. Por supuesto, no todos los emigrantes chinos son empresarios, pero sí una relativamente elevada proporción de ellos alcanza esa meta, de forma semejante a los procesos que tienen lugar en el interior de China una vez se liberaron las fuerzas de producción del férreo control estatal de una economía planificada, y como sucedió previamente en Taiwan y en Hong Kong.

La evolución del nicho económico chino

En España se han sucedido las ocupaciones principales de los inmigrantes chinos con el paso del tiempo. En general se ha tendido a la concentración en determinados sectores y actividades económicas donde poseen el control de la propiedad de empresas y/o conforman una parte importante de la mano de obra empleada. La inserción en sectores económicos concretos pro-

porciona el conocimiento práctico necesario para desenvolverse en ellos tratando de controlar la mayor parte del proceso productivo y de distribución.

La primera actividad económica documentada de los migrantes chinos procedentes del sur de la provincia de Zhejiang en España durante las décadas de 1920 y 1930 era la venta ambulante. Los buhoneros chinos se dispersaron por toda Europa incluida España. Se abastecían en tiendas de venta al por mayor propiedad de otros inmigrantes chinos que a su vez eran extensiones de compañías de importación-exportación también de su propiedad. La venta ambulante con estas características constituye el ejemplo pionero de desarrollo de un nicho étnico donde controlan gran parte del proceso: importación de mercancías, venta al por mayor y venta al por menor de las mismas. Durante esta fase inicial solamente emigraban los hombres y su proyecto migratorio consistía en acumular capital para retornar a China después de unos años con sus ahorros e invertirlos en la compra de tierra, la construcción de casas nuevas o la apertura de negocios. Muy pocos de los que llegaron durante esta primera etapa se quedaron definitivamente en España (Beltrán, 2003).

La venta ambulante como nicho económico clave en Europa fue evolucionando hasta ser sustituida por los restaurantes de comida china en una segunda fase. Los restaurantes poco a poco fueron estableciéndose por todos los países europeos hasta llegar finalmente a España. En esta fase comenzó la reagrupación familiar con el desarrollo de empresas familiares como norma donde los propietarios y la mano de obra del restaurante acababan siendo los miembros de la misma familia. La expansión de los negocios continuó dentro del ámbito de la hostelería hasta que se saturó su oferta. España alcanzó el punto de saturación de la restauración china a mediados de la década de 1990, lo que significa que ya se habían abierto restaurantes en todas las ciudades y pueblos pequeños del interior (de aproximadamente 8.000 habitantes). La comunidad china es una de las más dispersas de todas las comunidades de origen extranjero en España, estando presentes sus miembros en un mayor número de municipios del Estado español. Se podría decir que cuantos más son, más dispersos están.

La tercera fase consistió en la inserción y expansión hacia otros sectores económicos, especialmente concentrados en el ámbito del comercio: tiendas de regalos (“Todo a cien”, “Todo a 0,60 euros”); almacenes de venta al por mayor de artículos de regalo, de ropa y marroquinería, de zapatos; colmados; tiendas de dulces y frutos secos; fruterías, etc. Los inmigrantes chinos también comenzaron a abrir restaurantes de comida japonesa económica ante la saturación de su propia oferta. Muchos de los nuevos negocios requerían de una inversión inicial de capital inferior a la exigida por los restaurantes, lo cual ha facilitado su apertura y multiplicación, es decir, se necesitan menos años de trabajo asalariado y ahorro para disponer del capital inicial.

El proceso observado en su actividad comercial en esta fase consiste en una reproducción de la previa expansión de los restaurantes por toda la geografía española. Si los restaurantes de

comida china constituyen la primera dispersión de empresas chinas que alcanza a todos los municipios importantes de España, independientemente de su localización; ahora son las tiendas de regalos las que se han dispersado también; y en estos momentos nos encontramos con un fenómeno similar con zapaterías y tiendas de ropa y de marroquinería. En esta ocasión el proceso va acompañado por la creación de grandes compañías de importación/exportación de ropa, calzado, etc., junto a la apertura de almacenes de mayoristas chinos de estos productos, situación que recuerda al primer despliegue de los pioneros de las décadas de 1920 y 1930. En ocasiones los mayoristas facilitan las mercancías a crédito, es decir, se pagan según se venden y no de entrada, lo cual rebaja la necesidad de capital inicial para comenzar con la aventura empresarial y facilita la rapidez de apertura y expansión de estos negocios.

Otro sector donde se han insertado ha sido la industria textil de los talleres de confección. En esta actividad económica el capital para abrir un pequeño taller familiar es relativamente pequeño pues tan sólo hace falta disponer de varias máquinas de coser o planchar, lo cual ha facilitado su rápido establecimiento y puestos de trabajo a una elevada cantidad de mano de obra china. De cualquier modo, el trabajo en la confección se considera temporal y un medio de acumular capital a la espera de poder abrir algún negocio en otro ámbito, preferentemente el comercial.

El aumento del volumen de la población china en España que ha pasado de 4.090 residentes en el año 1990, a 28.693 en el año 2000, alcanzando los 85.745 a finales del 2005, a los que habría que añadir los más de 4.000 ciudadanos chinos nacionalizados españoles, y su descendencia, ha supuesto el incremento de la demanda de servicios para satisfacer sus necesidades específicas. De este modo ha proliferado la apertura de negocios orientados a una clientela coétnica, especialmente en las zonas de considerable concentración residencial como algunos barrios de capitales de provincia o de ciudades metropolitanas de las grandes urbes españolas (Madrid y Barcelona). Allí se pueden encontrar desde supermercados de comida china, hasta restaurantes de comida china que ofrecen un menú local, o restaurantes de comida rápida china; también peluquerías, estudios de fotografía, cibercafés con software en chino, locutorios, autoescuelas, asesorías, tiendas de hierbas medicinales chinas, clínicas de medicina china, joyerías, floristerías, agencias de viaje, inmobiliarias, etc. De cualquier modo, los negocios étnicos orientados a clientela coétnica no constituyen el grueso principal de la actividad empresarial china, sino que ocupan un lugar muy secundario con respecto al peso total de sus negocios.

Hasta hace relativamente poco tiempo, los nichos económicos donde se habían establecido los empresarios chinos absorbían la mayor parte de la mano de obra nueva que llegaba del país. Era habitual que los recién llegados comenzaran a trabajar para empleadores chinos quienes además de un puesto de trabajo les ofrecían vivienda y comida, reproduciendo el mundo de las

relaciones laborales característico de China. No obstante, el ritmo de creación de empresas y su necesidad de mano de obra ha sido incapaz de absorber la continua y creciente llegada de nuevos inmigrantes desde China, que en los últimos cinco años han multiplicado su población por tres. El resultado es su inserción, por primera vez de un modo significativo, en el mercado laboral general en sectores como la construcción, la industria y la hostelería con empleadores españoles. Una vez más, para la mayor parte de ellos, su trabajo en estos sectores se considera temporal a la espera de abrir sus propios negocios, aunque no siempre es así como para el caso de los recién llegados procedentes del noreste de China.

Junto a la novedad del trabajo asalariado en el mercado laboral general, también es reseñable el traspaso de pequeños negocios, especialmente bares tradicionales, que ante la falta de recambio generacional y la expectativa de cierre, optan por cederlos a nuevos propietarios chinos que no alteran con marcadores étnicos los negocios, cambiando únicamente las personas que ofrecen el servicio.

Con relación a la cuestión de género, el caso chino es especialmente reseñable por el alto porcentaje de mujeres empresarias (Sáiz López, 2005a, 2005b) en comparación con otras comunidades de trabajadores extranjeros. De hecho, proporcionalmente hay más mujeres empresarias que hombres empresarios en relación con el total de los trabajadores chinos de cada uno de los sexos. En la medida en que la empresa es familiar, con respecto a la titularidad de la misma no es imprescindible que sean los varones. Por otra parte, las mujeres chinas también pueden desplegar sus habilidades empresariales al mismo nivel que los hombres. La capacidad y la competencia para dirigir los negocios es lo más importante, más allá del sexo del gestor y de la titularidad. Sin duda, el proceso de migración internacional ha influido en la transformación de los tradicionales roles sexuales, elevando la posición social de la mujer tanto en la familia como en la sociedad. La mujer china en la migración se ha revalorizado en todos los sentidos, incluida la faceta empresarial.

Dentro de los nichos económicos chinos existe una jerarquía de negocios cuya gradación se establece básicamente en función del capital inicial de inversión y de la movilización de capital que requiere la empresa para realizar sus operaciones. La posición más baja de la escala la ocupan los talleres de confección, le siguen las tiendas de regalos, zapaterías y otro tipo de actividades comerciales al por menor, a continuación se encuentran los restaurantes de comida china, el puesto tradicionalmente denominado como la “aristocracia” por el prestigio que conllevaba su propiedad. Por encima de los restaurantes se encuentran los almacenes de venta al por mayor que sólo son superados por las compañías grandes de importación/exportación y también por las empresas inmobiliarias.

Los empresarios chinos pueden cambiar de negocios con el paso del tiempo y el aumento de su capital disponible. Normalmente no acaban de abandonar las empresas originales, diversifican-

do sus inversiones en otros sectores y empresas que requieren una mayor capitalización. De este modo, es habitual que los que han tenido más éxito sean propietarios de empresas en diversos sectores: talleres de confección, compañías de importación, restaurantes, agencias de viaje, supermercados, etc. Una misma familia, con el paso del tiempo puede llegar a desarrollar una cadena de restaurantes, o una cadena que incluye compañías de importación, almacenes de venta al por mayor y tiendas de venta al por menor, incluso a veces, incluyendo la producción de ropa en sus pueblos de origen. Algunos importadores-mayoristas de ropa o de calzado, en realidad son empresas filiales, o puntos de distribución y venta de fábricas pertenecientes a la misma familia que produce las mercancías en China. De este modo, prácticamente todo el proceso de producción y distribución queda en manos de una única familia que puede rebajar el precio de venta final de los productos.

Los hijos de los empresarios pioneros comienzan a estudiar en la Universidad tendiendo a especializarse en estudios relacionados con económicas, administración de empresas, comercio, derecho, ingeniería, etc. Sus expectativas de futuro son disponer de la formación necesaria para emprender nuevas aventuras empresariales de mayor capitalización, para lo cual aprenden los aspectos que les puedan servir en el futuro para maximizar las inversiones familiares. La inversión en la formación de capital humano es el último desarrollo de las familias empresarias chinas.

Notas para una crítica a las asunciones sobre el empresariado étnico

El estudio de caso de los empresarios del sur de la provincia de Zhejiang en España cuestiona una serie de asunciones que han llegado a la categoría de axiomas en el estudio del empresariado étnico o inmigrante. En primer lugar, se afirma que el nivel educativo es un factor que se encuentra en relación directa con la movilización de capital de la empresa, es decir, a mayor nivel educativo, mayor capitalización. Pues bien, son precisamente los pioneros de Qingtian, aquellos que llevan más tiempo en España, quienes han tenido más posibilidades de éxito en sus empresas y quienes han conseguido desarrollar las mayores empresas y auténticos conglomerados de las mismas insertas en diferentes sectores económicos. Los pioneros no se caracterizan precisamente por su elevado nivel educativo, sino por todo lo contrario, lo cual no ha impedido que conformen la elite empresarial china en España, que sean los más ricos y quienes disponen de un mayor capital. A menudo son de origen rural, con educación básica y apenas conocimientos de las lenguas oficiales del estado español, circunstancias que no han impedido su gran éxito y prosperidad económicos.

La asunción del empresariado como “refugio”, en el sentido de que las personas se autoemplean porque quedan excluidas del mercado laboral general ante situaciones de discriminación,

tampoco se cumple en este caso. De hecho, ese tipo de argumento lo que hace es quitar la agencia a las personas, eliminar de entrada la posibilidad de que una persona o familia quiera ser empresaria y no depender del trabajo asalariado. ¿Por qué se presupone que el trabajo asalariado es mejor que el trabajo autónomo? ¿Acaso alguien no puede preferir ser autónomo? ¿Son los empresarios propietarios de empresas porque no pueden ser otra cosa? Para los procedentes del sur de la provincia de Zhejiang el empresariado es un modo de vida al cual aspira la mayoría y si no lo son más a menudo no es porque no lo deseen, sino porque no disponen del capital necesario para ello. Es cierto que se han especializado en una serie de sectores y actividades económicas concretos donde hubo un pionero que demostró la posibilidad de prosperidad en una línea determinada de negocios y otros siguieron su estela aprovechando la apertura del nuevo nicho económico donde se insertan hasta que explotan todas sus posibilidades y cuando se satura su oferta buscan nuevos sectores donde invertir para obtener beneficios, reproduciéndose los modelos ya explorados que han demostrado su éxito.

Otra comunidad asiática que también ha hecho del empresariado su modo de vida es la de los indios sindhis, comerciantes dedicados al comercio internacional que también disponen de bazares de electrónica, textiles y artículos de lujo. Su establecimiento en España a partir de la década de 1920 y 1930 coincide con los buhoneros de Qingtian, aunque su desembarco inicial fue en el archipiélago canario y en Ceuta y no en la península. Para los sindhis, igual que para los del sur de Zhejiang, el ser empresario es su ideal de vida, y se han adaptado a las circunstancias y contextos de cada momento. Tanto unos como otros han desarrollado especiales nichos económicos étnicos que encajan en la estructura económica nacional: bazares en puertos francos, restaurantes de comida en zonas turísticas y en las grandes capitales en un primer momento, aguardando al momento oportuno para expandirse. Evidentemente aprovechan sus recursos étnicos para prosperar: los sindhis a sus contactos coétnicos y familiares en Hong Kong, Singapur, Reino Unido, etc. que son sus socios de negocios con quienes realizan el comercio internacional; los qingtianeses a sus parientes en diversos países de Europa donde han desarrollado previamente empresas que después abrirán filiales en España; así como a fuerza de trabajo especialmente coétnica, aunque no en exclusividad.

El hecho de que hayan labrado su propio nicho económico no invalida su capacidad empresarial, sino todo lo contrario, ya que demuestra su habilidad para aprovechar las circunstancias que ofrece el mercado. Si empresariado es equivalente a innovación, otra de las asunciones elitistas del estudio del empresariado, chinos e indios constituyen ejemplos de la misma, pues en un determinado momento fueron capaces de ofrecer algo nuevo que nadie más ofrecía, abriendo el mercado a nuevos servicios antes inexistentes.

Una crítica habitual a las empresas étnicas es que tienden a idealizarse, ofreciendo siempre una imagen de éxito, sin tener en cuenta la parte negativa de las mismas como la autoexplota-

ción, las largas jornadas de trabajo, la explotación de coétnicos y de miembros de la familia, el fracaso de muchas aventuras empresariales, etc. Una vez más, y sin negar la existencia de situaciones de precariedad, nos enfrentamos a una perspectiva muy cargada de valores y de una ideología que rechaza el esfuerzo en el trabajo y ensalza el ocio y el consumo. ¿Desde cuándo el trabajo, el esfuerzo en el trabajo para prosperar, es algo que se valora negativamente? Da la impresión de que esforzarse en el trabajo es un comportamiento enfermizo, una desviación social. ¿Por qué se infravalora y se condena la dedicación al trabajo? ¿por qué trabajar muchas horas constituye un delito contra la humanidad o es una enfermedad? Siguiendo con esta línea argumental, también se afirma que muchas empresas étnicas apenas dan para sobrevivir a la familia que las posee y que además deben de dedicarle muchas horas de trabajo. ¿Acaso sobrevivir no es algo digno? ¿es mejor sobrevivir siendo explotado que sobrevivir siendo auto-explotado? ¿por qué? Una vez más, una fuerte carga ideológica se desliza detrás de estas afirmaciones que desprestigian e infravaloran la capacidad empresarial y de autonomía económica de las personas.

En el fondo el objetivo de las perspectivas aquí señaladas y criticadas lo que pretenden es quitar la agencia a las personas y a las familias, no preguntando ni tomando en consideración lo que ellas opinan y piensan de sí mismas y de su trabajo. Se las juzga desde fuera, desde un ideal donde ser asalariado es aparentemente lo mejor que le puede pasar a alguien ¿por qué? No existe ninguna razón objetiva ni científica para afirmar que la explotación es mejor que la autoexplotación, a pesar de que sea esto lo que deja entrever el tipo de afirmaciones que condena al empresariado étnico a una situación de marginalidad, precariedad, autosubsistencia, supervivencia, etc. El mismo tipo de argumentación se podría aplicar al modo de entender las relaciones laborales y económicas, al valor del trabajo, que no siempre ni en todos los contextos es necesariamente igual. Así, de este modo, lo que en unos lugares puede valorarse positivamente y considerarse modélico, como el esfuerzo y la dedicación al trabajo (la autoexplotación), en otros puede llegar a ser considerado un mal social (*work-alcoholic*, adicto al trabajo), un enfermedad psicológica que necesita ayuda especializada para curarse.

Para concluir, la cultura migrante de Qingtian y Wenzhou ha convertido al empresariado en un modo de vida, en un camino abierto que muchos pueden recorrer, en un ideal para el que se esfuerza la mayoría. En China los nativos de Wenzhou-Qingtian también han desplegado sus iniciativas empresariales y comerciales y popularmente se dice que “tienen dos cabezas”, precisamente por su ingenio e iniciativa, por su especial empeño en la vía empresarial. Nos encontramos ante un caso especial, sin duda, pero no por ello menos real y cotidiano. También son nuestros vecinos y es necesario alejar la sombra de sospecha, los estereotipos que les envuelven, para recuperar y aprender de su esfuerzo que nos hace a todos más ricos.

Bibliografía

- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (1997a) “La ambigüedad de la figura del emigrante en China”. *Revista de Estudios Asiáticos*, n.º 4, pp. 161-178.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (1997b) “Immigrés chinois en Espagne ou citoyens européens?”. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 13, n.º 2, pp. 63-79.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2000) “La empresa familiar. Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino”. *OFRIM/Suplementos*, n.º 6, pp. 129-153.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2003) *Los ocho inmortales cruzan el mar. Chinos en Extremo Occidente*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2004a) “Las comunidades chinas en España y sus actividades económicas”. *Economía Exterior*, n.º 30, pp. 153-160.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2004b) “Remesas y redes familiares desde China a España”, en Ángeles Escrivá y Natalia Ribas, coords. *Migración y desarrollo. Estudios sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*. Córdoba: CSIC, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, pp. 285-312.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2005) “The seeds of Chinatown. Chinese entrepreneurship in Spain”, en Ernest Spaan, Felicitas Hillmann y Ton Van Naersen, eds., *Asian Migrants on the European Labour Markets*. Londres: Routledge, pp. 285-308.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y Amelia SÁIZ LÓPEZ (2001) *Els xinesos a Catalunya. Família, educació i integració*. Barcelona: Alta Fulla/Fundació Jaume Bofill.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y Amelia SÁIZ LÓPEZ (2003) “Treballadors i empresaris xinesos a Catalunya”. Ponencia presentada al *IV Congrés CATALÀ de Sociologia*. Asociación Catalana de Sociologia, Reus. <http://www.iecat.net/acs/IV%20Congres%20sociologia/Informacio%20grups%20de%20treball/Grup%20de%20treball%2013/beltransaiz.doc>
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y Amelia SÁIZ LÓPEZ (2005) “La inserción social y económica de las comunidades asiáticas en España”, en *Anuario Asia-Pacífico 2004*. Barcelona: Casa Asia, Fundació Cidob, Real Instituto Elcano, pp. 361-370.
- BROOK, Timothy (1999) “Profit and Righteousness in Chinese Economic Culture”, en Timothy Brook y Hy V. Luong, eds., *Culture and Economy. The Shaping of Capitalism in Eastern Asia*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, pp. 27-44.
- EBREY, Patricia (1991) “The Chinese Family and the Spread of Confucian Values”, en Gilbert Rozman, ed., *The East Asia Region. Confucian Heritage and Its Modern Adaptation*. Princeton: Princeton University Press, pp. 45-83.
- GATES, Hill (1996) *China's Motor. A Thousand Years of Petty-capitalism*. New York: Cornell University Press.
- GREENHALGH, Susan (1994) “De-Orientalizing the Chinese Family Firm”. *American Ethnologist*, vol. 21, pp. 746-775.

- LI MINGHUAN (1999) "To Get rich Quickly in Europe!' Reflections on Migration Motivation in Wenzhou", en Frank Pieke y Hein Malle, eds., *Internal and International Migration. Chinese Perspectives*. Richmond: Curzon, pp. 181-198.
- LIGHT, Ivan y C. ROSENSTEIN (1995) *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. New York: Aldine de Gruyter.
- LU HANLONG (2000) "To Be Relatively Comfortable in an Egalitarian Society", en Deborah S. Davis, ed., *The Consumer Revolution in Urban China*. Berkeley: University of California Press, pp. 124-141.
- NIEHOFF, J. (1987) "The Villager as Industrialist: Ideologies of Household Manufacturing in Rural Taiwan". *Modern China*, nº. 13, pp. 278-309.
- SÁIZ LÓPEZ, Amalia (2005a) "La migración china en España: Características generales". *Afers Internacionals*, nº. 68, pp. 151-163.
- SÁIZ LÓPEZ, Amalia (2005b) "Mujeres empresarias chinas en un contexto migratorio. Adaptación y continuidad", en F. Checa y Olmos, ed. *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria, pp. 55-83.
- SHIGA, Shuzo (1978) "Family Property and the Law of Inheritance in Traditional China", en Bavid C. Buxbaum, ed., *Chinese Family Law and Social Change in Historical and Comparative Perspective*. Seattle: University of Washington Press, pp. 109-150.
- VALENZUELA, Abel (2001) "Day Labourers as Entrepreneurs?" *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 27, nº. 2, pp. 335-352.
- WATSON, Rubie (1985) *Inequality among Brothers. Class and Kinship in South China*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WONG BIN (1997) *China Transformed. Historical Change and the Limits of European Experience*. New York: Cornell University Press.
- WONG BIN (1999a) "Chinese Understanding of Economic Change: From Agrarian Empire to Industrial Society", en Timothy Brook y Hy V. Luong, eds., *Culture and Economy. The Shaping of Capitalism in Eastern Asia*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, pp. 45-60.
- WONG BIN (1999b) "The Political Economy of Agrarian Empire and its Modern Legacy", en Timothy Brook y Gregory Blue, eds., *China and Historical Capitalism. Genealogies of Sinological Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 210-245.
- ZHOU, Kate Xiao (1998) *El poder del pueblo*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Los “móodu-móodu” y su impacto en la sociedad de origen

Rafael Crespo

“Trabaja como si nunca fueras a morir
y reza como si fueras a morir mañana”

CHEIK AMADOU BAMBA,
fundador de la muridiya

Introducción

Una de las imágenes típicas de las zonas turísticas de muchas ciudades españolas son los jóvenes negroafricanos que recorren los paseos y las playas cargados con unas cajas de herramientas en donde llevan una mercadería diversa (relojes, bisutería, CD, DVD, etc.) que ofrecen a los transeúntes. Tampoco es extraño encontrar en los mercadillos puestos de productos variados (juguetes, pilas, cintas de música, etc.) y de artesanía africana. Pero, ¿quiénes son estos hombres? Muchos de ellos son *murides*, popularmente llamados *móodu-móodu*¹, miembros de una cofradía musulmana (*tariqa*)² que juega un papel destacado en la vida social, política, económica senegalesa y por lo tanto también en la emigración. Queremos remarcar antes de continuar que no todos los senegaleses que practican la venta ambulante o el comercio en estable-

¹ En origen el término designaba a los migrantes estacionales que iban recogiendo cacahuete, después pasó a referirse a los migrantes que iban a las grandes ciudades y con el aumento de las migraciones internacionales es utilizado de manera coloquial para nombrar a los emigrantes que van fuera de Senegal. Es significativo observar que al principio *móodu-móodu* tenía una carga negativa porque se refería a los emigrantes de origen rural que iban a Europa, como los “paletos”. Con el tiempo ha desaparecido la carga negativa y ha pasado a nombrar a todos los emigrantes wolof ya sean murides o no (Fall, 1998: 18).

² Palabra árabe que significa vía, lo que denota la concepción iniciática de la cofradías sufíes.

cimientos o empresas son muride, ni todos los muride son comerciantes. La expresión *móodu-móodu* se refería originalmente a los miembros de la cofradía y ha pasado a ser una designación popular de los emigrantes senegaleses del exterior.

El ejemplo de los *móodu-móodu* nos parece muy útil para analizar el rol de los emigrantes en la sociedad senegalesa, y específicamente, el de los comerciantes. Dos circunstancias hacen interesante a la migración muride en España, y concretamente en Cataluña.

- Desde hace dos décadas la emigración internacional se ha convertido en uno de los puntales de la sociedad senegalesa. Según la comisión *Migración y Derechos Humanos* del Parlamento senegalés, en 1999 vivían fuera del país unos 400.000 senegaleses de un total de nueve millones de habitantes. La expansión ha continuado y en el 2004 se calcula que entre 800.000 y dos millones³ de senegaleses han emigrado fuera del país, sobre un total de más de 10 millones de habitantes. Teniendo en cuenta que son cifras oficiales, el montante real de emigrantes es superior, porque un porcentaje de ellos no utiliza los canales regulares para emigrar. Por ejemplo, a partir de los datos consulares el Ministerio de Asuntos Exteriores de Senegal los senegaleses residentes en Italia en 1997 eran 41.561, en cambio la embajada italiana en Dakar indicaba que el número podía ascender hasta 150.000 personas (Fall, 2003: 19).
- En segundo lugar, la comunidad senegalesa es la más numerosa del conjunto de colectivo de inmigrados sursaharianos y de las más antiguas, ya que los pioneros llegaron hace más de dos décadas⁴. Según fuentes del Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales, a 30 de septiembre de 2005 había 26.276 senegaleses con permiso de residencia. El segundo lugar entre los Estados sursaharianos lo ocupaba Nigeria con 15.779 permisos. La geografía de la inmigración senegalesa esta en parte relacionada con la expansión muride en el Estado, de ahí la instalación en zonas turísticas (Málaga, Costa Dorada, Costa Brava, Baleares, etc.), grandes ciudades (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, etc.) y en el punto más importante de la relación comercial entre España y Senegal (por extensión toda África Occidental) que son las Islas Canarias. En estos puntos conviven migrantes murides con otros que no lo son, y además hay otros lugares de inmigración senegalesa tales como las zonas agrícolas de Andalucía, Valencia, Cataluña o Navarra. En nuestros días la inmigración senegalesa es muy diversa y la podemos encontrar en diferentes sectores económicos (construcción, comercio, hostelería, agricultura, arte, etc.) y sociales (empresarios, estudiantes, personal cualificado y no cualificado, etc.).

En el presente capítulo haremos un seguimiento de la evolución de la *muridiya* en relación a las grandes transformaciones que ha vivido Senegal en los últimos cien años. Dado el contexto

³ Véase *Sud-quotidien*, n.º. 2270 de octubre de 2000, también *Jeune Afrique/L'Intelligent* n.º. 2136 del 18 al 24 de diciembre 2001, p. 64, o *Walf Fadji* del 13 de septiembre 2002.

⁴ Aunque no es la más antigua ya que es la ecuatoguineana la primera inmigración surshariana al Estado español.

en el cuál se ubica el trabajo nos centraremos en los aspectos más seculares de la cofradía, en la dimensión terrenal y socioeconómica, y en especial en la vinculación entre la muridiya y las migraciones. Sólo señalar que un elemento central para comprender la importancia de las cofradías en África es la religiosidad de las sociedades africanas. La *Encuesta Mundial de Valores 2000* muestra que en África Subsahariana la población valora con un 9,4 sobre 10 la importancia de la religión en sus vidas⁵. Estas cifras ilustran al afirmación de Ferran Iniesta, para quien: “una visión detallada del África Negra contemporánea permitiría invertir la proposición durkheimiana⁶ para acercarla a la realidad del presente: el pensamiento y el comportamiento social africanos son profundamente religiosos. Podemos dudar de que se pueda pensar en una sociedad moderna africana sin estar presidida por la religiosidad como fenómeno capital” (1998: 244).

Para comprender el funcionamiento de estas redes de emprendedores, algunos de los cuales llegan a ser empresarios en España, hemos de profundizar en los referentes del país de origen, en la dimensión histórica de cómo se han ido construyendo las redes *murides* y la lógica particular que las estructura, para entender el posicionamiento de sus miembros y las “novedades” que sus nuevas experiencias introducen en la tradición migratoria y comercial. Es evidente que muchos aspectos del comercio *muride* en Europa son reflejo de las dinámicas africanas, en las que la itinerancia, la movilidad espacial, está ligada al comercio.

Centrándonos en el tema del capítulo y para comprender la estrecha relación que ha habido entre Islam y comercio hemos de profundizar unos cuantos siglos atrás, llegando hasta los primeros tiempos de expansión de la religión musulmana. Fueron los comerciantes transaharianos (árabes y amazig) y del Índico (persas, árabes, etc.), quienes entre los siglos IX-X difundieron el mensaje de Alá de forma pacífica y tranquila, no por conquista militar. Más tarde, fueron comerciantes locales los que dieron a conocer el mensaje del Profeta a las poblaciones más allá de la sabana. Así, los actuales Djula del norte de Costa de Marfil son descendientes de los comerciantes mandinga que llegaban de Malí, los llamados Wangara, que de comerciantes han pasado a constituir un pueblo sedentario (Niane, 1985). Al otro extremo del continente en África Oriental surgió la sociedad swahili cuyos fundamentos son el medio urbano, el Islam y el comercio (Crespo, 1992). Desde entonces el Islam ha estado presente en todos los grandes acontecimientos del África occidental y oriental (Coulon, 1983).

⁵ Según este estudio, entre 1995 y 2000, la valoración de la religión ha bajado en la Europa Católica (de 6,4 a 5,8), Europa Protestante (5,0 a 4,1), Europa Ortodoxa (6,4 a 6,2) y la India (8,3 a 7,6), mientras ha aumentado en los países anglosajones (6,6 a 7,7), América Latina (7,4 a 9,2), Mundo Islámico (8,9 a 9,7) y África Subsahariana (9,3 a 9,4). Datos publicados en *La Vanguardia*, 13 de Agosto de 2002.

⁶ Iniesta se refería a la afirmación de Durkheim de que lo religioso es, sencillamente, lo social en tanto el rasgo más característico de un conglomerado humano que tiende a articularse.

La ética muride y el espíritu capitalista

A principios del siglo xx un seguidor de la *qadiriya* decide fundar su propia *tariqa*, la *muridiya*; era Cheik Amadou Bamba, nacido en M'backé Baol allá por 1853, que lanza un mensaje de paz que tiene un gran éxito entre la población, cansada y devastada por los enfrentamientos entre los colonizadores europeos y los señores wolof. La verdadera originalidad de Bamba reside en su doctrina de santificación a través del trabajo, secularizando la conducta de sus discípulos (*talibé-estudiante*) para quienes el trabajar para el morabito⁷ era uno de los ejes de su camino de perfección. De este modo, la *muridiya* ha sido uno de los factores de adaptación a la modernidad capitalista introducida por el colonialismo, pero también un marcador identitario y una manera de superar la ética feudal de los señores wolof. Este proceso no ha estado exento de contradicciones, por ejemplo, la carga liberadora que para muchos jóvenes wolof suponía la adscripción a la *muridiya* se ve matizada porque debían trabajar en los campos de cacahuete del morabito, enriqueciendo a la cofradía pero también a los colonizadores, que fueron los promotores del cultivo del cacahuete para uso alimentario e industrial. Así, desde los primeros tiempos existe una estrecha asociación entre poder político-económico y la *muridiya* (Coulon, 1983).

En un principio, la *tariqa muridiya* creció entre los wolof, y por ello siempre ha habido una relación entre muride, wolof y Senegal. Si bien en la actualidad es multicultural y multinacional porque sus miembros pertenecen a diferentes etnias y Estados. Es difícil saber el número de adeptos a la muridiya, algunas fuentes cifran en más de dos millones de seguidores (Bava y Bleitrach, 1995), principalmente en Senegal, si bien hay grupos de adeptos en África Occidental y el Magrib, vinculados casi siempre al comercio.

El *muridismo* es una vía de adaptación a la modernidad porque algunos de sus pilares permiten “moverse” en un mundo económicamente globalizado:

- la condición de musulmanes que pertenecen a la Umma otorga una dimensión transnacional y en principio transclasista.
- el ser miembro de una comunidad. El *muride* recibe de la cofradía apoyo espiritual y material (trabajo, tierras, vivienda, préstamos sin interés, información, formación, etc.). Por eso un *muride* sólo necesita saber dónde hay otros compañeros de cofradía para viajar, aunque desconozca el lugar de destino sabe que tiene asegurada la primera acogida. Aquí encontramos de nuevo el

⁷ Derivado del árabe *murabit* (ermitaño) el nombre de morabito o morabuto se aplica a los “guerreros de la fe” que residían en los *ribat* y que eran considerados como santos si morían en la guerra santa. En África del Norte y Sub-sahariana se refiere también al jefe o fundador de una cofradía sufi. Las creencias populares otorgan al morabito un singular poder de intercesión en el momento de obtener una gracia divina (*baraka*) y por ello es invocado en las oraciones (Thoraval, Y. *Diccionario de civilización musulmana*, Barcelona: Larousse, 1996).

componente religioso, la cofradía cumple la función de *religare*, de unión comunitaria de los fieles. Sobre la interacción entre la dimensión individual y colectiva de las estrategias comerciales de los *móodu-móodu*, Papa Sow afirma que esta interacción que permite una gran capacidad de adaptación de los *murides* a nuevos espacios migratorios como es España y Cataluña, que se conectan a través de la propia red al resto de la estructura social-comercial-religiosa que abarca a cuatro continentes, recreando la identidad *muride*. Esta cualidad permitió la adaptación al capitalismo colonial en periodos anteriores y hoy favorece la inserción en un mercado global (Sow, 2004).

Del morabito del cacahuete al morabito de la emigración

Desde sus inicios, la *muridiya* ha estado presente en los movimientos migratorios de Senegal. En 1912 las tierras donde empezó el cultivo del cacahuete se estaban agotando y Cheik Amadou Bamba organizó la “colonización de tierras nuevas”. Pelissier (1966) describió el paralelismo entre la expansión *muride* y la penetración del capitalismo agrario desde el país wolof hacia territorios donde el colonialismo todavía no estaba presente. En un medio hostil, en tierras áridas, controladas por los pastores peul, los morabitos organizaron la instalación de los talibé, que de forma disciplinada consiguieron hacer crecer el cacahuete y expulsar a los peul, siempre bajo la protección de la metrópoli⁸. Los pioneros sólo recibían alimento y alojamiento, volviendo a sus casas en la estación seca. Tras diez años de servicio recibían una porción de tierra, y la *daara*⁹ se convirtió en un poblado con la llegada de mujeres y niños.

Este sistema se mantuvo tras la independencia, pero a mediados de los años setenta comenzó la crisis del cultivo del cacahuete, los precios bajaron, los periodos entre sequía se acortaban, las tierras se agotaban, la producción disminuía y empezaron a emigrar hacia la ciudad, hacia Dakar. Los morabitos, lejos de adoptar una posición conservadora acompañaron las migraciones urbanas demostrando de nuevo ser un medio muy eficaz de adaptación. De hecho, tanto las migraciones interiores de colonización, como las del campo a las ciudades, muestran que la movilidad geográfica es un elemento estructural de la sociedad wolof: “La mobilité dans la société wolof ne peut être considérée uniquement comme une variable exogène agissant dans le sens du retour à l'équilibre d'un système de production supposé en dégradation. A un certain niveau de l'analyse, il semble bien que l'on soit admis à y voir une caractéristique structurelle du mode de production wolof” (Rocheteau, 1975: 18) y podríamos decir lo mismo de la mayoría de los pueblos africanos (Ricca, 1981).

⁸ Las autoridades francesas indicaron a los morabitos por dónde iba a discurrir la línea férrea hacia Malí, para así facilitar la elección de las tierras a cultivar.

⁹ Comunidad agrícola dependiente de una morabito donde los jóvenes trabajan y aprenden el Corán.

En la ciudad fue el comercio el sector estratégico de acogida e instalación de los inmigrantes. Lo cierto es que los murides además del cultivo del cacahuete siempre habían estado presentes en el comercio, principalmente de tejidos. Los cofrades gustan de comentar que los más importantes comerciantes de Dakar pertenecen y han pertenecido a la cofradía, nombres como Djyli Mbaye, El Hadj Babacar Kébé (llamado *Ndiouga*), Serigne Samb, Alla Séné, Karim Fall, Momar, Sourange, se utilizan como ejemplos a seguir por los *talibé*. Su éxito económico se debe a su pertenencia al *muridismo*, Bara Fall afirma que su prosperidad la debe a Amadou Bamba y al gusto por el trabajo bien hecho. En una orden religiosa donde la relación discípulo (*talibé*) maestro (*morabito*) es el eje central, el prestigio social de los dirigentes depende también de su generosidad para con la cofradía, por ello todo miembro de la cofradía que consigue triunfar económicamente debe redistribuir parte de su riqueza a través de aportaciones para la misma, financiación de centros de enseñanza, asumir los costes de celebraciones, etc. La estructura jerárquica y expansiva también se refleja en la presencia *muride* en todos los niveles y sectores comerciales, así, encontramos miembros de la cofradía en el comercio al por menor de mercados de Senegal, muy parecidos a los mercadillos de Cataluña, y entre los grandes empresarios que controlan la importación-exportación de productos de consumo y de alimentos.

Este dinamismo ha convertido al sector comercial de la cofradía en una de las principales, sino la principal junto al cacahuete, fuente de financiación del *muridismo*. La punjanza económica se convierte en influencia política, porque para desarrollar sus actividades necesitan un clima adecuado de relación con los políticos, y estos a su vez, necesitan el apoyo financiero de los marabitos para sus proyectos políticos personales y para llevar a cabo sus iniciativas. Por ejemplo, los diferentes gobiernos han tolerado el contrabando en Touba¹⁰, este acuerdo no escrito proviene de los tiempos del califa¹¹ Falilou “amigo del Presidente Léopold Sédar Shengor” (Diop, 1981: 91). A cambio recibían el apoyo de los morabitos, en las elecciones de 1988, el califa de los murides pidió a los talibé que votaran a M. Abdou Diouf a través de un *n'diguel* (llamada al orden): “quien no vote por Abdou Diouf en las elecciones de febrero de 1988 habrá traicionado a Cheik Muhamad Bamba”. En las elecciones presidenciales del 2000, las que supusieron el cambio tranquilo, la derrota del partido socialista y la victoria del opositor Wade, los *morabitos* no presentaron una mensaje homogéneo a favor del gobierno de Diouf, algunos incluso dejaron libertad de voto a sus seguidores lo que permitió una votación masiva a Wade.

¹⁰ Población situada cerca de M'bake Baol, donde fue enterrado el fundador en 1927, porque era el pueblo donde nació. Desde entonces se ha convertido en una de las ciudades más importantes de Senegal y es junto a Dakar la que experimenta un crecimiento mayor, un 12'6 % a mediados de los años noventa.

¹¹ Denominación del máximo dirigente de la cofradía y una muestra más de la inclinación a la autonomía africana de las grandes corrientes de poder del mundo musulmán.

Al igual que la *muridiya* fue un elemento activo en la expansión del cultivo del cacahuete y después lo ha sido en las migraciones campo-ciudad también lo es en la emigración internacional, los morabitos han pasado del cacahuete a la emigración, parodiando el título del estudio de Jean Copans (1980). Sin embargo, la presencia *muride* es relativamente reciente frente a la emigración exterior senegalesa que es tan antigua como la cofradía, ya que desde finales del siglo XIX los senegaleses han participado de diferente forma en los flujos migratorios internacionales. Salvando el periodo de Trata negra (siglos XV-XIX), fue a partir del periodo colonial cuando miembros de las diferentes etnias de la zona formaron parte del ejército francés, agrupados en el cuerpo de los *tira-lleurs* (*fusileros*) senegaleses que participaron en la conquista de otras colonias como el Congo y Madagascar; también participaron en las dos Guerras Mundiales, y tras la última confrontación la metrópoli promocionó la emigración a Francia como mano de obra no cualificada, sin olvidar la presencia de estudiantes senegaleses en las universidades francesas que ha sido y es cuantitativamente menor pero cualitativamente muy significativa porque conforma la trayectoria formativa de las elites de Senegal. En la actualidad, Estados Unidos constituye el referente de prestigio para realizar estudios superiores, coincidiendo con un mayor interés norteamericano por Senegal¹² que coincide a su vez, con el interés de los emigrantes senegaleses por pasar al otro lado del Atlántico.

La participación de *murides* en la emigración senegalesa se centró hasta la década de 1970 en los flujos hacia otros países africanos. La razón es clara, esta migración la protagonizaron sobretudo comerciantes que se iban estableciendo en las excolonias francesas (Costa de Marfil, Camerún, Gabón, Congo, Chad, etc.) y de nuevo una de las bases de estas redes era la cofradía. Sobre estos nodos ha ido aumentando la población senegalesa ya no solo de comerciantes, sino de profesionales y personal no cualificado. A mediados de los años noventa las redes se extendían hasta Sudáfrica, cuando tras la caída del apartheid, se convirtió en uno de los puntos de atracción de migrantes de todo el continente. No ha sido hasta que las emigraciones hacia Europa han asumido un volumen importante, a principios de los años ochenta del siglo XX¹³, que la cofradía ha entrado en estos flujos.

El modelo de expansión de la *muridiya* sigue una dinámica policefálica y policéntrica, que no responde a una estrategia predefinida sino al principio de adaptación económica y social continua e inmediata. Otro factor que posibilita la agilidad adaptativa *muride* es la diversificación, en base a un producto agrícola, el cacahuete, y a otro comercial, los tejidos, se obtienen beneficios, una parte de los cuales se reinvierten a otros sectores y productos. En los mercados urbanos los *murides* venden telas y vestidos, pero también artesanía, joyas, productos de menaje, electrónica, etc. Y tanto los grandes comerciantes como los *móodu-móodu* invierten sus ahorros

¹² Senegal forma parte de todas las giras africanas de los últimos presidentes estadounidenses.

¹³ Si bien la relación colonial promovió migraciones laborales hacia la metrópoli tras la Segunda Guerra Mundial.

en ayudar a la familia y a la comunidad, pero también se dedican a la compra de terrenos en las ciudades y zonas turísticas de Senegal, y los que tienen más medios económicos y relaciones se convierten en promotores inmobiliarios.

El nudo que permite tejer la red *muride* son las *dahira*, agrupaciones de fieles en torno a un responsable, que viven en comunidad compartiendo vivienda, comida, trabajo, etc. Estos nudos permiten tejer una red en permanente crecimiento. Incluso la *dahira* son unidades de ahorro, sus miembros se organizan en grupos de autoayuda y créditos sin intereses, son las famosas tontinas, cuyo nombre en wolof es *nadd*, término que originalmente designaba a las alfombras tejidas en fibra vegetal. En el caso *muride*, tanto los migrantes primerizos como los ya establecidos, de entre los que destacan los empresarios, participan en las tontinas estructuradas en torno de las *dahira*. (Gueye, 1997). Este modelo organizativo trasciende los niveles de células de pocos miembros para nombrar a agrupaciones de más entidad, por ello no es de extrañar que la Federación de Asociaciones de Emigrantes Senegaleses en el Exterior lleve por nombre *Dahira*.

El modelo de *dahira* permite que en cualquier lugar del mundo donde residan *muride*, puede llegar un miembro de la cofradía y ser acogido. A través de los hermanos tendrá acceso a las primeras informaciones, y rápidamente pasará a trabajar, se le proporcionarán los productos y los utensilios necesarios (caja de herramientas, por ejemplo), tendrá una cama y protección. Esta primera acogida es obligación de los hermanos de cofradía, como parte de las leyes de hospitalidad, pero también implica para el recién llegado unas obligaciones y responsabilidades para con el grupo que le acoge. El recién llegado pasa a ocupar el escalafón más bajo de la estructura de la cofradía desde donde podrá prosperar gracias a su trabajo y dedicación a la cofradía. Existe una similitud entre el rito de iniciación de pasar de joven a adulto y el proceso migratorio; en la primera etapa el *móodu-móodu* es *daxar* (tamarindo en wolof), pasa por una serie de penalidades económicas, de clandestinidad, de explotación socioeconómica, de aprendizaje sobre cómo vivir fuera de la comunidad de origen en un medio desfavorable. Una vez ha superado estas pruebas adquiere el estatus de *goulou*, aquel migrante establecido, con conocimientos y capacidades para moverse y ser un referente para el resto de migrantes, en definitiva un hombre adulto (Fall, 1998: 29). Es en este nivel donde se sitúan los empresarios *murides*, dedicados sobretudo al comercio internacional de importación-exportación entre sus lugares de residencia (España, Francia, Italia, Arabia Saudí o Estados Unidos) y Senegal. Algunos de ellos incluyen en el nombre de sus empresas la palabra *Touba*, ciudad sagrada donde está enterrado Amadou Bamba el fundador.

Pero estos nodos necesitan personas que conecten unas *dahiras* con otras, que fortalezcan la red, estos agentes son los *morabitos* de nivel medio e inferior que viajan por África, Europa, Estados Unidos y algunos países de Asia de *dahira* en *dahira*, recomfortando a los *talibé*, orientándolos, informando sobre la situación en el país de origen, transmitiendo las nuevas orientaciones del *Khalifa*, y recogiendo las aportaciones de los fieles a la cofradía (*addiya*) y para las

familias de los emigrantes. Para muchos emigrantes es mucho más seguro y fiable que sea el morabito quien lleve el dinero ante posibles robos, además de que no paga ninguna tasa oficial de divisas. Esta función es en extremo relevante por cuanto las remesas de los emigrantes constituyen la primera fuente de divisas para la población senegalesa. Respecto a la contabilidad nacional la emigración se sitúa en tercera posición del PIB detrás de la pesca y el turismo, el cacahuete ha quedado relegado a cantidades poco significativas. Las cifras oficiales indican que las remesas ascienden a más de 60 millones de francos CFA, aproximadamente el 10 % del presupuesto nacional, y se supone que para ser más exactos habría de multiplicarse por tres o cuatro esa cifra (Camara, 2001: 2).

El impacto de los emigrantes en las comunidades de origen

La emigración para las sociedades africanas se concibe como una proyección espacial de la comunidad, en este caso de la cofradía, más allá de las fronteras estatales, por lo tanto un factor muy importante son las relaciones entre las poblaciones de origen y los emigrantes. La estructura de hermandad ayuda a establecer redes transcontinentales a partir de parámetros de adscripción a una organización religiosa. En este aspecto los elementos de la cultura de origen son los pilares sobre los que se sustentan estas redes. Evidentemente, la experiencia de los murides con el sistema capitalista, aunque sea desde la periferia, ha permitido una mejor adaptación a los cambios y su presencia estructural en los flujos migratorios senegaleses.

Los emigrantes son agentes de desarrollo de la comunidad, ayudan a sus familias, pero también se hacen cargo de recursos comunitarios: escuelas, mezquitas, ambulatorios, arreglar caminos, proyectos de cooperación¹⁴. Es conocida la creciente importancia de las remesas, que el año 2003 representaban el 25 % del presupuesto estatal, lo cual supera con creces la ayuda para el desarrollo que llega de la cooperación internacional. Estos son datos oficiales, el montante es mucho mayor si tenemos en cuenta que Senegal es un Estado con una red bancaria limitada y que un porcentaje no cuantificable de remesas llega por vías no registradas.

Igualmente, también son conocidas las actuaciones colectivas de los emigrantes en sus lugares de origen. Por ejemplo, la AISE (Asociación de Inmigrantes Senegaleses en España), como miembro de la daira, participó en la recogida de fondos para la construcción de un hospital en Tuba (Alonso Moreno y García García, 1995: 101). Actuación que aparece en los documentos del Ministerio de los Senegaleses del Exterior¹⁵. Es de remarcar la forma en la que se realiza

¹⁴ Para un análisis de los proyectos de cooperación impulsados por inmigrantes senegaleses residentes en Cataluña, véase Crespo, 1998.

¹⁵ *Repertoire des Associations des Senegalais de l'Exterior*, Ministère des Sénégalais de l'Exterior, 2004, p. 12.

la captación y administración de fondos basada en los grupos de ahorro popular (las llamadas *tintines*) muy extendidas en África subsahariana.

Esta participación de los emigrantes en los asuntos de la comunidad de origen no es una característica particular de los wolof. Conocidas son las redes sonninké de la zona del río Senegal, que conectan Mauritania, Senegal, Malí, Francia y ahora España¹⁶, o las peul de la Casamance, que pasan por Portugal, España, Francia o Estados Unidos.

Un ejemplo interesante de esta conexión entre emigrante y población de origen es el de Djilly Mbaye. Originario de Louga, ciudad que fue uno de los primeros centros de cultivo del cacahuate, Djilly emigró en los años sesenta a Costa de Marfil, y allí, gracias al trabajo y la oración, según sus palabras, le sonrieron los negocios y consiguió acumular una gran fortuna. A mediados de los años setenta el empresario Mbale volvió a su país y se instaló en su ciudad natal, entró a formar parte del Consejo Económico y Social desde donde influyó en los planes de desarrollo urbano y del entorno rural de Louga. Diversificó sus inversiones, construyó un hotel, pero también aportó capital para un instituto de educación secundaria, para el estadio deportivo y para viviendas sociales¹⁷, sin olvidar la compra y explotación de tierras agrícolas¹⁸.

El caso de Mbaye permite observar que el impacto de la emigración muride va más allá del ámbito económico y entra de lleno como agente transformador de dinámicas sociales. Por ejemplo, las pautas para escoger un marido o una mujer. Tuba, la segunda ciudad de Senegal por actividad económica, tiene fama de ser un lugar en donde es difícil encontrar una mujer para contraer matrimonio sino se es emigrante. Las mujeres “sueñan” con casarse con un *móodu-móodu* y rechazan a los funcionarios o empleados de empresas. A. Diongue explica que cada vez que nace un bebé, si es niño se reza para que pueda ir a Italia o EE. UU. (la nueva tierra prometida de los emigrantes) y si es niña se reza para que se pueda casar con un *móodu-móodu*¹⁹. El emigrante es el referente de prestigio económico y social, retroalimentando el estímulo a la emigración. De ahí que algunos de los *móodu-móodu* sean jóvenes con formación, trabajo y miembros de familias con recursos económicos suficientes, pero que en el momento de casarse han tenido que emigrar.

¹⁶ Las transferencias de los emigrantes suponen el 80% del presupuesto doméstico de la zona del Valle del Senegal.

¹⁷ En 1977 anunció la construcción de 197 viviendas, tres años después sólo había finalizado 49, pero pese al retraso del proyecto, la acción de Mbaye es mayor que la realizada por el Estado senegalés.

¹⁸ Otro ejemplo de emigrante agradecido con el *muridismo* es *Youssou N'Dour*, el cantante senegalés más conocido en Europa y Estados Unidos. En su último disco, que lleva por título *Sant Allah* (Gracias a Dios), hay una canción dedicada a Cheick Amadú Bamba, *Sukran Bamba* (Gracias Bamba). N'Dour ha invertido parte de las ganancias obtenidas en el exetrior en dinamizar el campo artístico y cultural de su país, ha creado una Fundación con su nombre y además posee una emisora de radio, una compañía de discos, una empresa de internet, un club y una revista.

¹⁹ Relato recogido por el semanario *Sud Quotidien*, Dakar, nº. 27, 18 a 24 febrero 1999.

Ya hemos comentado la importancia de Tuba como exponente de la fuerza de los emigrantes y del muridismo en su conjunto. Gracias al comercio regular e irregular en la capital de la cofradía es posible encontrar “de todo”, desde aparatos electrónicos, a vehículos a motor, se realizan transacciones de inmuebles, etc. Es conocida la permisividad gubernamental al respecto, que va siendo mayor conforme la ciudad va creciendo y la capacidad estatal para controlar la economía nacional disminuye. No es extraño encontrar campesinos que vendan su cosecha en el mercado de Tuba antes que a la compañía estatal.

Una de las manifestaciones más importantes del poder muride es el Grand Magal de Tuba, el homenaje a Alá que se celebra cada día 18 del mes lunar de Safar. Ese día se reúnen cientos de miles de personas para rendir pleitesía, como acción de gracias, a Alá, pero también a Amadou Bamba. Es la ocasión para la vuelta de emigrantes de todo el mundo y fieles de Senegal que peregrinan a la tumba del fundador, actividad que complementan con otros actos como acuerdos matrimoniales, acuerdos comerciales, etc. La dimensión globalizada de la *muridiya* se muestra en acciones como la celebración pública del Grand Magal por las calles de Nueva York.

Un futuro incierto

Hasta ahora el muridismo ha demostrado una gran capacidad de adaptación a los cambios que vivía la sociedad senegalesa. Sin embargo, las perspectivas se encuentran en la penumbra. Primero, porque la fuerza de las *turuq*²⁰ y de los morabitos muestra ciertas señales de debilidad: como hemos comentado más arriba, en las elecciones presidenciales del 2000 muchos jóvenes y mujeres no siguieron las orientaciones de algunos morabitos y votaron a la oposición, mientras otros guías dieron libertad de voto. Si bien, las conexiones entre el actual gobierno de Wade y el muridismo son evidentes y las facilidades que éstos reciben para nuevas asentamientos en nuevos territorios como la Casamance pueden generar conflictos con las comunidades locales que identifican estas migraciones wolof-muride como una estrategia gubernamental para controlar la zona y debilitar las reivindicaciones de más autonomía.

En segundo lugar, las cofradías musulmanas han de resistir los ataques de los grupos islamistas radicales que van adquiriendo una cierta fuerza en África Sursahariana, por ejemplo, los wahabíes en Malí, la situación en el norte de Nigeria o las conexiones del África Oriental con los centros de Pakistán. En verdad, nunca las *turuq*, en su versión africana, han sido muy aceptadas por los sectores más estrictos del mundo musulmán. No cabe la menor duda que ha sido la pervivencia de prácticas pre-islámicas como la adivinación, la curación, etc., la antropolatría que

²⁰ Plural de tariqa.

supone la relación entre el talibé y el morabito (O'Brien, 1981: 12) y una forma particular de lectura de la moral en aspectos como el papel de la mujer, hay mujeres morabitos, las que han posibilitado la popularización del Islam en África Negra.

También se percibe una cierta dificultad en el recambio generacional, porque los jóvenes no parecen estar dispuestos a los sacrificios que realizaron sus mayores y cuestionan la estructura jerárquica de la cofradía: “malgré cette grande flexibilité, divers facteurs, comme l'attitude des jeunes générations et un certain manque d'ouverture, soulèvent des interrogations quant à l'évolution future de la confrérie” (Schmidt y Blion, 2000: 34). Al igual que ocurre en otros ámbitos de la realidad africana, es la actitud de los jóvenes a no seguir los parámetros tradicionales, uno de los posibles factores negativos para el devenir de la *muridiya*.

Pese a los argumentos anteriores, consideramos que es todavía pronto para valorar la trascendencia de la emigración internacional en el futuro del muridismo y viceversa. De momento, ha permitido tejer una red en cuatro continentes en base al comercio, que es el trampolín desde el que algunos migrantes saltan a otros campos profesionales, ya sea el industrial o el sector terciario (cooperación al desarrollo, inserción de inmigrantes, arte, etc.). La cofradía utiliza todos los medios a su alcance para mantener y expansionar la organización y no desprecia el uso de nuevas tecnologías como lo demuestra el portal web: <http://www.touba-internet.com>, desde donde se puede acceder a información generada por la propia cofradía y a opiniones y estudios sobre el muridismo elaborados fuera de ella. La historia reciente vuelve a contradecir las previsiones propagadas al principio de los años ochenta que anunciaban la decadencia del *muridismo* (Copans, 1980) porque como movimiento teocrático agrario no sería capaz de adaptarse a la centralidad de los espacios urbanos en Senegal, particularmente, y en África, en general. La historia muestra el poder de adaptación del *muridismo* a los cambios interiores y exteriores de Senegal, poder que lleva más de un siglo manifestándose. Así, volviendo a la imagen del principio, los *móodu-móodu* son agentes de conexión entre la diáspora senegalesa y el país de origen y, a través del comercio, interaccionan tanto entre diferentes sociedades de acogida como de éstas con Senegal.

Bibliografía

- ALONSO MORENO, G. y GARCÍA GARCÍA, V. (1995) *Estudio sobre la situación actual y la capacidad institucional de las asociaciones de inmigrantes en España*. Madrid: Nexo.
- BAVA, Sophie y BLEITRACH, Danielle (1995) “Les mourides entre utopie et capitalisme”, *Le Monde Diplomatique*, Noviembre, p. 21.
- CAMARA, Amadou Mamadou (2001) “Laisser tomber en ruines pour rebatir de plus belle i. Le défi des émigrés au développement” Conferencia inaugural de las *II Jornadas de la Inmigración Senegalesa del Estado Español*. Barcelona, junio 2001. Texto inédito.

- COPANS, J. (1980) *Les marabouts de l'arachide. La confrerie mouride et les paysans du Sénégal*. París: Le Sycomore.
- COULON, Ch. (1983) *Les musulmans et le pouvoir en Afrique Noire*. París: Khartala.
- CRESPO, R. (1992) "La costa swahili. La multiculturalidad como fuerza". *STUDIA AFRICANA*, nº. 3, pp. 67-77.
- CRESPO, R. (1998) "Asociacionismo negroafricano en una región de la Unión Europea. Dinámica comunitaria y espacios de participación socio-política". *STUDIA AFRICANA*, nº. 10, pp. 33-46.
- DIOP, M.C. (1981) "Les affaires mourides à Dakar", *Politique Africaine*, nº. 4, pp. 90-100.
- FALL, Demba Papa (1998) "Stratégies et implications fonctionnelles de la migration sénégalaise vers l'Italie", *Migrations Société*, vol. 10, nº. 60, pp. 7-33.
- FALL, Demba Papa (2003) *Migration internacional et droits des travailleurs au Senegal*, París: UNESCO, doc. SHS/2003/MC/5.
- GUEYE, E. H. (1997) *Tontines and the Banking System - Is There a Case for Building Linkages? Ginebra: OIT, Poverty-oriented Banking (INT/92/M01/FRG) Working paper nº. 2.*
- INIESTA, F. (1998) *Kuma, Historia del África Negra*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- NIANE, D.T. (1985) "Mali y la segunda expansión mandinga", en *Historia General de Africa*, vol. IV, pp. 135-189, Madrid: UNESCO-Tecnos.
- O'BRIEN, D. C. (1981) "La filière musulmane. Confréries soufies et politique en Afrique Noire", *Politique Africaine*, nº. 4, pp. 7-30.
- RICCA, S. (1990) *Migrations Internationales en Afrique. Aspects legaux et administratifs*. París: L'Harmattan.
- SALEM, G. (1983) "De la brousse sénégalaise au Boul' Mich: le système commercial mouride en France". *Cahiers d'Etudes Africaines*, vol. 16, nº. 81-83, pp. 267-288.
- SCHMIDT, O y BLION, R. (2000) "Du Sénégal à New York, quel avenir pour la confrérie mouride?" *Hommes et Migrations*, nº. 124.
- SOW, P. (2004) *Individual and Collective Commercial Strategies, 'International Fashion' and Religion in South Meditarranea: The Móodu-Móodu Wolof in Catalonia (Spain)* (en prensa)
- WABGOU, Maguemati (2000) "Senegaleses en Madrid, mercado de trabajo y vida asociativa desde la perspectiva de redes sociales". Comunicación presentada al *II Congreso sobre la inmigración en España*. Madrid: Universidad Pontifica de Comillas.

Dinámicas y estrategias socioculturales de inserción económica de los migrantes senegaleses: una indagación etnográfica

Alejandro Goldberg

Introducción

Las páginas que siguen forman parte de dos capítulos de una investigación de tesis doctoral que realicé entre 2000 y 2003, titulada “Ser inmigrante no es una enfermedad. Inmigración, condiciones de vida y de trabajo. El proceso de salud/enfermedad/atención de los migrantes senegaleses en Barcelona”.

El estudio está centrado en el colectivo de migrantes senegaleses de Barcelona, la mayoría de los cuales se dedica al comercio informal de venta ambulante. Mediante un enfoque holístico que incorpora variables demográficas, espaciales, culturales, sociales, económicas, políticas e ideológicas, he podido identificar, describir e interpretar algunos de los elementos fundamentales presentes en los procesos migratorios, tales como las condiciones de existencia que determinan el contexto sociopolítico y, enmarcadas en ellas, las relaciones y estrategias generadas por los sujetos, tanto en la sociedad de origen como en la de destino, así como los actores sociales que participan en las diferentes etapas del proceso.

En cuanto a la metodología, desde una perspectiva de análisis sociocultural del fenómeno, he utilizado distintas técnicas y procedimientos etnográficos, entre los que destacan la observación participante y las entrevistas en profundidad aplicando la técnica de historias de vida (para el caso, “trayectorias migratorias”). A partir del contraste ofrecido por el punto de vista de los actores y aquello que como investigador observé y experimenté en la interacción con ellos, he podido realizar una aproximación al conocimiento del modo de vida de los sujetos.

Asimismo, la experiencia personal de haber ejercido la venta ambulante durante 2002-2003, tanto en Barcelona como en Roma y Cerdeña (Italia), me ha permitido realizar registros de

campo “in situ”, desde “adentro” y siendo “uno más” en la actividad; aspectos todos enriquecedores para la información “de calidad” al momento de describir determinados hábitos, actitudes y comportamientos específicos del colectivo de migrantes del que se trata.

Inmigración y mercado de trabajo en España

¿Cuáles son las condiciones sociolaborales en las que se insertan los migrantes al llegar a España? ¿En qué tipo de contextos se producen los procesos de integración/exclusión a la sociedad de acogida? ¿Es lo mismo ser trabajador inmigrante en España que en otros países de la UE? Y dentro de España, ¿son iguales las condiciones en Barcelona que en Almería?

Ante todo, es importante tener en cuenta que la migración es un fenómeno sociocultural –complejo y variado– que ha adquirido manifestaciones concretas en diversas etapas de la historia. Lo anterior implicará necesariamente un permanente ejercicio de análisis: particularizar el tipo de migración que se trata con la especificidad de los diferentes contextos –histórico, geográfico, global, social, político y cultural–, tanto de origen como de destino, en los que se desarrolla el fenómeno. Asimismo, se reconoce la pluralidad y la diversidad de los proyectos migratorios, tanto como las expectativas personales y subjetivas de los migrantes.

Ahora bien, intentando aproximarnos a algunos de los interrogantes formulados más arriba, es necesario apuntar en primer término que los conceptos de integración social/exclusión social resultan claves dentro del marco teórico para el estudio de las migraciones. Esto porque las consecuencias y procesos que los mismos acarrearán se relacionan expresamente con una dicotomía que define condiciones desiguales en contextos desiguales, lo que a su vez generará el grado desigual de acceso y disfrute de los bienes y recursos (Kaplan, 1998).

En palabras de Martínez Veiga (1997: 281): “Cuando se habla de exclusión, el referente no es sólo la falta de acceso a bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades básicas y que sería la base que subyace al concepto de pobreza, sino que también se trata de la justicia, de los derechos sociales y todos los derechos de la ciudadanía. Por lo tanto, hablar de exclusión implica referirse a aquellos que están fuera del mercado de trabajo, de los derechos sociales e incluso de la cultura”.

Efectivamente, se trata de un aspecto determinante, si se tiene en cuenta que el fenómeno migratorio en los países de Europa meridional está enmarcado en el contexto de un mercado de trabajo segmentado y precarizado, de una economía sumergida (informal) extensa, en cuyo ámbito se inserta buena parte de los migrantes “extracomunitarios” que llegan al continente. En este sentido, es posible mencionar a la agricultura, además de la construcción, el trabajo doméstico, la hostelería y la venta ambulante, como los sectores donde cada vez, en mayor medida, el mercado de trabajo español incorpora mano de obra inmigrante¹.

Respecto a la economía informal, como punto de partida, puede decirse que en las sociedades modernas existen múltiples actividades económicas, realidades que no se distribuyen de manera homogénea en el tiempo y en el espacio, que las estadísticas oficiales no recogen, y que se designan con distintas palabras: negra, paralela, sumergida, subterránea, oculta, irregular, clandestina, informal, etc.².

En este marco, resultan claros los argumentos presentados por Reyneri (1998), Kloosterman (1998) y Barret et al. (1996), en el sentido de que la expansión de la economía informal es resultado de la reestructuración de la economía en Europa. No obstante, tal como lo evidencia Benton (1990), la economía informal siempre ha existido, desde los inicios del capitalismo, y no solamente en épocas de crisis. Lo que ocurre es que usualmente se ha identificado “capitalismo” con “trabajo asalariado, localizado fuera de la unidad familiar”.

Por el contrario, la historia del capitalismo ha demostrado que dicho modo de producción, para fines de su expansión universal, crea y recrea diversas formas productivas según las circunstancias y las necesidades económicas. El capitalismo ha creado o recreado el esclavismo, la economía familiar, el “enganche”, el trabajo a domicilio e igualmente los ha hecho desaparecer o los ha marginado cuando no le han sido necesarios. Aparentemente, muchas de las formas productivas que el capitalismo recrea son resurgimiento de formas o relaciones de producción desaparecidas.

Por otro lado, y al igual que en el resto de países de la Unión Europea, la demanda de trabajadores extranjeros en España comienza a concentrarse en puestos de trabajo bastante precarizados, sea porque se trata de sectores tradicionales que requieren de drásticas reducciones de costes para continuar funcionando, o debido a que son sectores productivos que requieren de una amplia demanda de mano de obra (Romaní, Goldberg y Mascarella, 2000).

Respecto a lo anterior, valga mencionar el hecho de que, entre todos los países integrantes de la UE, España era el que registraba hasta 2004 los índices de paro, siniestralidad laboral y temporalidad más elevados. Dichas condiciones de precariedad laboral juegan un papel destacado en las dificultades que envuelven el proceso de integración de los inmigrantes en la sociedad española.

En relación al comercio de venta ambulante, dentro del cual se ha indagado sobre las estrategias de inserción económica de inmigrantes senegaleses en Barcelona, Martínez Veiga

¹ Tomando como fuente al Ministerio del Interior español (2000), el 27% de los inmigrantes “sin papeles” en España se dedica a la venta ambulante y el comercio informal.

² En lo que respecta al peso de la economía sumergida española, para finales del año 2000 la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea señaló que ésta representaba el 22% del Producto Interior Bruto (PIB) del país, situándose a la cabeza de Europa (cuya media oscila entre el 14% y el 20%) después de Grecia, con el 30%.

(1997: 199) distingue entre los lugares de venta ambulante más o menos estables y la venta estrictamente callejera (el *parcheo*).

Según el mencionado autor, la primera, que se realiza dentro de mercados y ferias, implica un compromiso más duradero con la actividad que la segunda, a la vez que supone un pago de impuestos al Ayuntamiento, que como toda inversión de capital proporciona una continuidad a la actividad. Como se abordará más adelante, los senegaleses que trabajan en este ámbito en su mayoría son aquellos que llegaron al país a partir de mediados de la década de 1980 en adelante; poseen permiso de residencia y/o de trabajo y cotizan en la Seguridad Social como autónomos.

Por el lado de la venta callejera, se trata de una actividad que no dura mucho en el tiempo, inestable y con ganancias mínimas para sobrevivir. Con frecuencia podemos encontrar vendedores ambulantes que en otros periodos trabajan en la agricultura, en la construcción, u otro tipo de trabajo remunerado.

Migración senegalesa a España: antecedentes, distribución actual y rasgos principales

Fue durante la baja Edad Media (siglos xi y xii) que se produjo el primer contacto documentado entre “migrantes senegaleses” y habitantes de la península Ibérica, cuando los reinos cristianos de la península fueron invadidos por los almorávides. Uno de los grupos que los constituían era la tribu negroafricana musulmana de los *Lamtuna*, perteneciente a la etnia beréber de los *sanhaga*, antecesores de los *tuaregs* del Sahara. Los *sanhaga* se asentaban principalmente en las orillas del curso medio del río Senegal, que en la actualidad comprende una región territorial correspondiente a Senegal y Mauritania (Sepa Bonaba, 1993). Posteriormente, el contacto se dio a través de la presencia de esclavos negroafricanos desde el siglo xv al xviii (Cortés López, 1989).

En el transcurso del siglo xx la emigración senegalesa ha sido estimulada y forzada fundamentalmente por la acción colonizadora francesa, que culmina con la independencia del país africano en 1960. Durante este periodo coexisten dos tipos principales de movimientos migratorios: por un lado, la administración colonial enviaba a la metrópoli a “civilizar” a las elites senegalesas colaboracionistas, hecho que, de alguna manera, creaba en la población la imagen de que la riqueza, la formación, la prosperidad y el poder había que buscarlos fuera de Senegal. Se puede subrayar que, de alguna manera, actualmente ocurre algo similar: el contexto neocolonial de hoy en día empuja a muchos hombres a emigrar, creándose entre la población el mito del migrante exitoso que mantiene con dinero a los suyos, los reagrupa con él en el exterior y aumenta su prestigio y poder local.

Por otro lado, sobre todo tras la independencia de Senegal, se produce un éxodo rural masivo a las ciudades, debido principalmente a los cambios en la producción agrícola. Dicho proce-

so contribuyó al aumento de la miseria urbana, más que nada en el caso de Dakar, y a la continua y creciente emigración de mano de obra hacia Europa: no ya en condición de esclavos, como ocurrió con los pueblos negroafricanos desde el siglo xv al xviii, sino como asalariados para trabajar en la reconstrucción “Marshall” post-Segunda Guerra Mundial hasta la crisis del petróleo, en 1973 (Seck, 1997). A partir de ese momento, a la par de las transformaciones en los modelos productivos europeos, y coincidiendo con el deterioro ecológico, económico y social que sufre el país, se van conformando las formas actuales y las características básicas que asumen los procesos migratorios de las personas de origen senegalés.

En relación a esto último, hay que señalar que entre los grupos étnicos que pueblan Senegal, los llamados *haalpulars* (grupo mixto formado por los *tukolor* y los *peul*), provenientes de Tambacounda, y los *soninkés*, originarios de St. Louis, han dirigido al menos la tercera parte de su destino migratorio a Francia, fenómeno por el cual se los designa como los “*Francenaabe*” (“gentes de Francia”). Según Timera (1996), las personas pertenecientes a estos grupos étnicos en general han trabajado como asalariados, persiguiendo la reagrupación familiar una vez instalados en aquel país de acogida. Características que difieren de las de los *wolof* “*Modou-Modou*”³, los sujetos de estudio más representativos en este trabajo: migrantes senegaleses que se dedican al comercio informal, que emigraron más tarde a Europa hasta convertirse actualmente en el grupo étnico más numeroso. Salem (1984) ha documentado la llegada de un flujo importante de *wolof* senegaleses a Francia sobre todo a partir de 1974, desde donde fueron ampliando sus redes de comercio hasta la por entonces Alemania Federal, enlazando con Bélgica, Holanda y la Costa Azul francesa. A mediados de la década de 1980 es cuando se desarrolla la geodinámica de la migración senegalesa al sur del continente europeo (Robin, 1996; Simon, 1995).

Volviendo a España, a partir de 1990 comienza a constatarse la presencia de senegaleses, fenómeno que se refleja asimismo, por ejemplo, en el cine. La primera película del cine español referida al nuevo fenómeno de la inmigración africana fue “Las cartas de Alou”, de Montxo Armendáriz (1990). La obra relata la historia de Alou, un joven senegalés que llega a España de tránsito hacia Europa del Norte, y en el interregno trabaja en el ámbito de la economía sumergida, combinando la recogida de fruta con la venta ambulante para sobrevivir. Una española se enamora de él y están un tiempo juntos, pero el protagonista debe continuar inexorablemente con su trayecto.

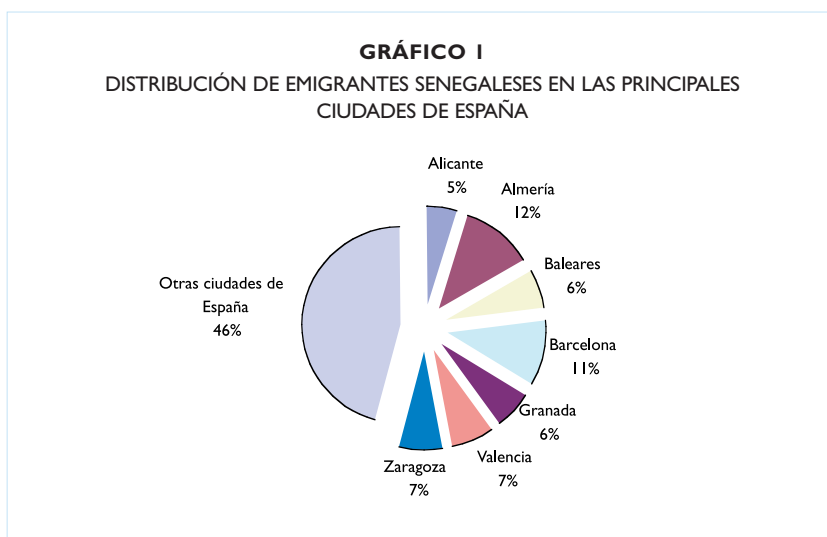
³ La abreviación *Modou* proviene del nombre *Mamadou*, muy frecuente entre los *wolof*:

“Se dice ‘*Modou-Modou*’ lo mismo que a los catalanes cuando van a Senegal, que se les llama ‘*Jordi-Jordi*’, porque muchos se llaman así. El fenómeno de la emigración en Senegal se correspondió con el fenómeno *Modou-Modou*, término que significa ‘la persona del comercio’ y a otro fenómeno que se designa como ‘*walafendo*’ y que significa ‘cuando se hace noche, se congela’. Se trata de una imagen de Europa, con la nieve, el hielo. Entonces se dice: ‘tal es de *walafendo*’ para decir, por ejemplo, que ‘tal viene de Francia’, de Europa en general. La imagen se refiere al clima que encontramos aquí. A la persona que se instala aquí, se le dice: ‘ese es un *walafendo*’ (Mame).”

Del contenido de esta película vale destacar dos aspectos significativos: 1) si bien puede ubicarse a los primeros migrantes senegaleses que llegan a territorio español a mediados de la década de 1980 (la mayoría en tránsito), es fundamentalmente a partir de 1990 cuando progresivamente comienzan a instalarse en algunas regiones de España; y 2) casi siempre dentro del ámbito de la economía sumergida, los migrantes senegaleses han combinado el comercio de venta ambulante urbano en los períodos de mayor venta con el trabajo en la agricultura en los periodos de recolección, como medios principales de subsistencia.

Distribución de los migrantes senegaleses en España/Cataluña/Barcelona

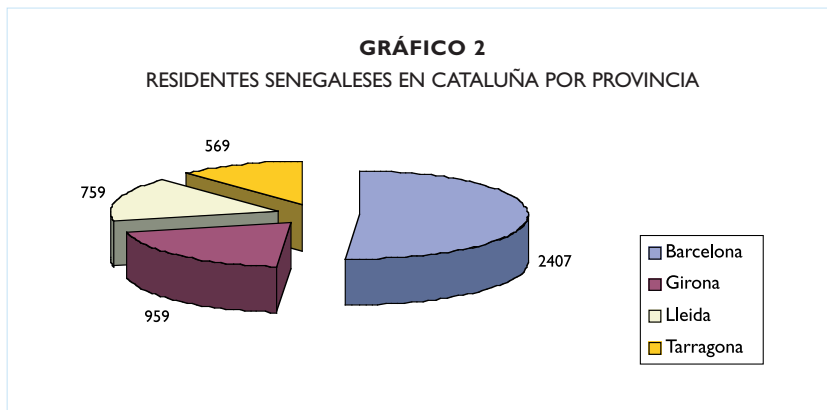
Tal como puede observarse en el Gráfico 1, a nivel estatal Colectivo loé-UGT (2001: 26) estimaba que más de la mitad de los migrantes senegaleses se concentran en ocho de las principales ciudades españolas (faltan datos sobre Canarias). La ciudad con mayor número de migrantes senegaleses es Almería, donde buena parte de los mismos trabaja en condiciones de absoluta irregularidad en los invernaderos agrícolas, seguida de Barcelona donde se dedican fundamentalmente a trabajar en el comercio de venta ambulante.



FUENTE: Ministerio del Interior, 2001.

Por otra parte, en base al Ministerio del Interior, hasta enero de 2003 los residentes senegaleses en España sumaban 14.765 personas, de las cuales 4.694 se encontraban en Cataluña donde constituían el segundo colectivo inmigrante más numeroso del Africa subsahariana, detrás

del gambiano. Como puede verse en el Gráfico 2, en el interior de Cataluña más de la mitad de los senegaleses se concentraba en la provincia de Barcelona.



FUENTE: Anuario Estadístico de Extranjería. Ministerio del Interior, 2002.

Organización social del proceso migratorio senegalés

Los movimientos poblacionales presentes en los procesos migratorios actuales se conciben dentro de una estructura dinámica conformadora de un “espacio migratorio”. Se trata de un espacio “extenso, continuo y complejo, que trasciende fronteras formales, sean éstas políticas, geográficas, lingüísticas, coloniales, religiosas o residenciales” (Kaplan, 1996: 1). Siguiendo a Parramón (1996: 19), el término de “campo migratorio” hace referencia a esta estructuración del espacio, concebido como un “sistema espacial organizado en torno a los flujos migratorios, y en el que se establecen vínculos complejos entre los polos”, configurándose de esta manera una forma de espacio relacional. La perspectiva transnacionalista de las migraciones, sostenida por estos y otros autores, concibe a la migración transcontinental o transnacional constituida como una institución en sí misma, donde los determinantes individuales y los factores de tipo estructural se entremezclan con elementos de orden individual-familiar-comunitario.

Desde la perspectiva etnográfica adoptada, entonces, ha sido fundamental enfocar el estudio de las redes y las cadenas migratorias, lo cual supone analizar, diacrónicamente, un proceso colectivo: la familia, las cadenas migratorias de amistades, los lazos comunitarios previos, la existencia de redes, etc. Todos estos elementos están de una u otra forma en la base de muchos de los movimientos migratorios históricos y actuales, constituyendo lo que Martínez Veiga (1997) identifica como la organización social del proceso migratorio.

Se entiende por “cadena migratoria” a la transferencia de información y apoyos materiales que familiares, amigos o paisanos ofrecen a los potenciales migrantes para decidir, o eventualmente, concretar su viaje. Las cadenas facilitan el proceso de salida y llegada, pueden financiar en parte el viaje, gestionar documentación, empleo y conseguir vivienda. También son fuente de comunicación de los cambios económicos, sociales y políticos que se producen en la sociedad receptora, que pueden afectar a los potenciales migrantes. Como generalmente tienden a atenuar el aterrizaje en la sociedad de recepción, las cadenas migratorias se estructuran en base a una fuerte presencia del grupo étnico-cultural en el lugar de llegada, lo que puede en ocasiones limitar el proceso de movilidad social ascendente, o simplemente ofrecer menores oportunidades de empleo para los recién llegados. Las cadenas migratorias, a su vez, generalmente forman parte de una estructura mayor: las “redes migratorias” (Goldberg y Pedone, 2000).

En términos generales, las redes y cadenas migratorias de los senegaleses se organizan, estructuran y funcionan de acuerdo a un proceso ascendente que va de la familia nuclear a la familia extensa, y de ahí a la comunidad. Es decir, las redes son de base parental, étnica y geográfica. Se trata de un proyecto en el que se produce una inversión de parte de la economía familiar/comunal, ya que los que logren instalarse en destino asumen la responsabilidad para con su gente de origen: enviar remesas, buscarle trabajo a los que vendrán, proporcionarles a su llegada una cama, dinero y, en el caso de los senegaleses en Barcelona, también la mercadería necesaria para que empiecen a trabajar en la venta ambulante.

A partir de la segunda mitad de la década de 1990, Italia y España han sido los destinos europeos preferenciales de los migrantes senegaleses; además de Dakar, provenientes fundamentalmente de las ciudades de Touba y Djourbel (región de Baol) y de Louga (región de Djambour), y también de Siné (región de Kaolack). En la ciudad de Touba, las casas de filmación son un negocio activo. En ellas, mujeres senegalesas se hacen filmar en cintas de vídeo que llegarán hasta las manos de jóvenes migrantes *modou-modou* en estos países europeos. Éstos tal vez se casen con una o más de ellas cuando vuelvan “de visita” a Senegal:

“Se suele decir que si te nace una hija, ojalá se case con un modou-modou. Y si te nace un hijo, ojalá que termine hablando italiano” (Namse).

Es preciso señalar que una buena parte de las redes y cadenas migratorias de los migrantes senegaleses se organizan en torno a las *dahiras*, células *murides* relacionadas con el comercio, muy presentes en los procesos migratorios de los *wolof modou-modou*. Vale subrayar que de las distintas cofradías musulmanas existentes en Senegal, la más importante e influyente es la *muride*. Fundada a principios del siglo pasado por el cheick Ahmadou Bamba (1852-1927), se estima que la cofradía *muride* actualmente agrupa a un millón de senegaleses, constituyendo un sector muy fuerte en el ámbito del comercio en todo el país (fundamentalmente

en Touba, la ciudad “santa” de los murides) y a nivel transnacional, y siendo importante el dinamismo que posee en el ámbito de la economía sumergida en algunos de los países donde los senegaleses emigran.

Al respecto, varios son los estudios realizados en torno a la correlación entre religión y migración senegalesa. Destaca el trabajo pionero de Copans (1988), quien siguiendo la propuesta analítica de Coulon (1981), sostiene que la estructura y dinámica interna de la cofradía *muride* ofrece un marco sociocultural homogéneo y coherente para los procesos migratorios senegaleses, en algunos casos incluso más práctico y viable que los proporcionados por los lazos de parentesco. Por su parte, Diop (1990) ha estudiado la migración *muride* senegalesa a Europa, principalmente a Francia, centrándose en los aspectos económicos y religioso-iniciáticos de sus adeptos. Estos discípulos (llamados *talibés*) se ponen a disposición de su maestro *muride* (*marabout*) para que los guíe espiritualmente y los proteja en su proyecto migratorio, y a quien retribuyen recíprocamente con dinero o regalos (*haddiya*).

En España, dos son los autores que han investigado sobre el fenómeno referido. Por un lado, Suárez Navaz (1995, 1996, 1998) analiza las redes transnacionales de los *murides* a través del estudio de una asociación senegalesa en Granada. Por otro lado, Lacomba Vázquez (1998) aborda la vinculación entre islamismo-murides-migración senegalesa en Valencia.

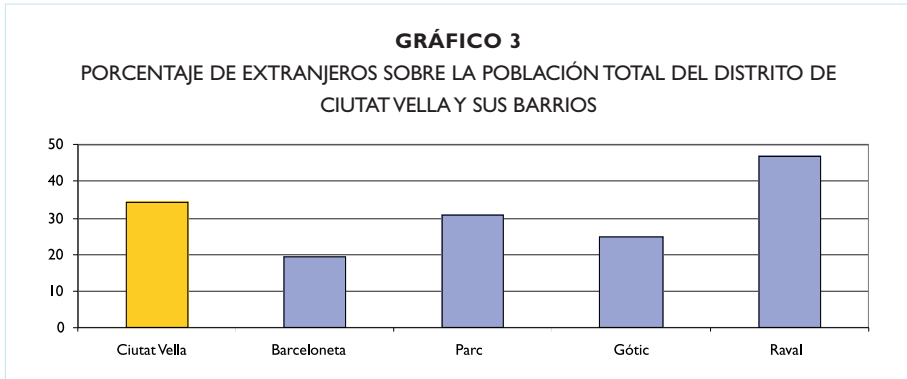
Sobre el papel de las *dahiras*, Suárez Navaz (1996: 28) comenta: “(...) su importancia y eficacia están fuera de duda, representando un modelo que inspira a toda la comunidad senegalesa en general”. En este sentido, la cofradía musulmana *muride*, adaptada a la globalización, estaría ocupando al mismo tiempo el rol de un Estado en permanente extinción, a la vez que se apropia de, y redistribuye, las ganancias generadas por el trabajo de los emigrantes *modou-modou* en el extranjero, como antes en el seno de las unidades domésticas de producción.

Asimismo, “la eficacia de la estructura socioeconómica *Murid* se basa en una ideología que enaltece el trabajo duro, los sacrificios cotidianos y las privaciones de la vida en el extranjero como actividades santificantes” (Suárez Navaz, 1996: 29). La hermandad *muride* descansa en un sentido de la responsabilidad asumida por los *wolofs murides* senegaleses bajo la máxima de su líder espiritual que profesa: “Trabaja como si nunca fueras a morir. Reza como si fueras a morir mañana”. Este es el sentido de la responsabilidad laboral/religiosa entre los migrantes *wolofs murides* senegaleses, los llamados *modou-modou*.

Por último, Schmidt (1994) calculaba que el 75% de los migrantes senegaleses en Italia pertenecían a la etnia *wolof*, de los cuales un 80% eran adeptos a la cofradía *muride*. Tuve la oportunidad de verificar, al menos de forma parcial, estos datos durante mi estancia de campo en Roma y Cerdeña (julio-agosto de 2002), trabajando en el comercio de venta ambulante con migrantes senegaleses, en su mayoría jóvenes de entre 24 y 35 años que vendían CDs, provenientes de Dakar y casi en su totalidad *murides*.

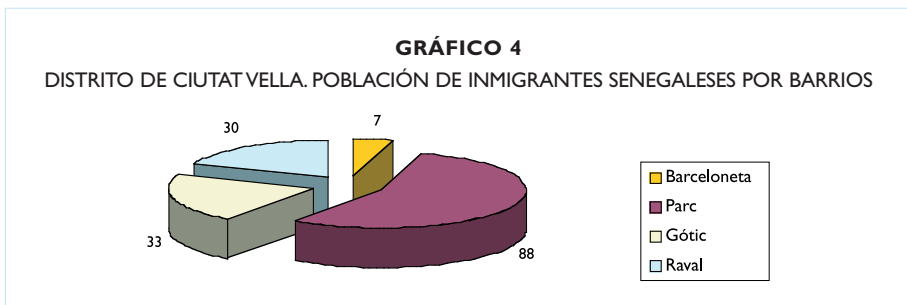
Migrantes senegaleses en Barcelona

Desde el punto de vista metodológico, he tomado a Barcelona como unidad de observación amplia y al distrito de Ciutat Vella como unidad de observación específica. ¿Por qué? En primer término, y tal como permite ver el Gráfico 3 detallado a continuación, hasta enero de 2003 la población extranjera contabilizada en Barcelona (163.046 personas)⁴ representaba el 10,7% del total de la ciudad, mientras que en el distrito de Ciutat Vella el 34,7% de la población estaba compuesta por residentes extranjeros.



FUENTE: Ayuntamiento de Barcelona. Depto. de Estadísticas. Enero 2003.

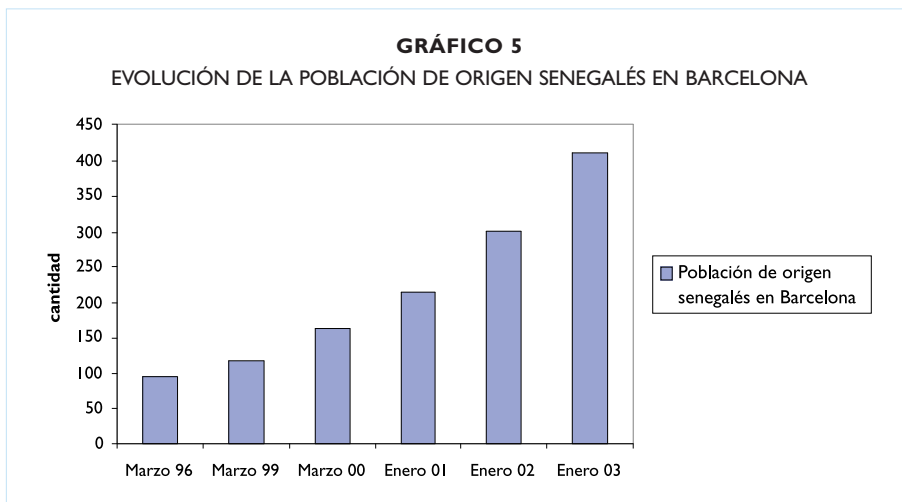
En segundo lugar, por el hecho de que la mayor parte de los migrantes senegaleses entrevistados viven y trabajan en la venta ambulante en ese distrito, concentrándose principalmente en el barrio del Parc de la Ciutadella (La Ribera), como puede verse en el Gráfico 4:



FUENTE: Anuario Estadístico de Extranjería. Ministerio del Interior, 2002.

⁴ De ese total de extranjeros contabilizados por la administración, 26.891 eran ecuatorianos; 12.429 colombianos; 11.985 marroquíes; 10.964 peruanos; 9.944 paquistaníes; y 9.516 argentinos. (Fuente: Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona).

Es decir que, en términos de sus espacios de interacción, entre ellos y respecto a personas pertenecientes a otros colectivos de inmigrantes y a los autóctonos, se trata de uno de los principales contextos donde se producen las complejas relaciones interculturales de la ciudad.



Como ha sucedido en casi todos los países donde han emigrado, en su mayoría, los migrantes senegaleses en Barcelona se dedican a trabajar en actividades relacionadas con el comercio: venta ambulante, pequeñas tiendas de bazar con productos africanos y restaurantes típicos, siempre en la zona del centro histórico de la ciudad (fundamentalmente en el distrito de Ciutat Vella), espacio donde conviven un gran número de colectivos de inmigrantes, principalmente africanos y latinoamericanos. Los que se dedican a la venta ambulante y poseen una situación migratoria regularizada, suelen estar una temporada en Barcelona y otra en la costa, preferentemente de verano hasta Navidades (el periodo de más ventas), para luego marcharse nuevamente a Senegal por un tiempo no menor a cuatro meses a estar con sus familias y después regresar. También se dan casos en los que algunos hombres se instalan con sus familias pero no se trata de un tipo de inmigración frecuente hasta el momento.

Los *wolof modou-modou* se concentran sobre todo en las ciudades con más movimiento comercial: además de Barcelona, en Salou, Figueres, Terrasa, Girona, etc. En Terrasa, por ejemplo, existe actualmente una gran presencia de migrantes senegaleses, muchos de los cuales trasladaron su residencia desde el distrito de Ciutat Vella (Barcelona) hasta allí debido a dos motivos principales: el abaratamiento del alquiler de los pisos para compartir; y la posibilidad de combinar el trabajo con un contrato fijo en una fábrica de la zona con la actividad de venta ambulante en mercadillos durante el fin de semana.

Tipos de migrantes senegaleses en Barcelona

A partir del trabajo de campo y la recopilación de datos realizados en el transcurso de la investigación, se ha podido identificar, al menos, dos tipos de migrantes senegaleses en Barcelona. Al primer grupo lo he designado *modou-modou* “tradicionales” (“históricos”, “clásicos”, “conservadores”); el segundo grupo corresponde a los *modou-modou* “modernos” (“de izquierdas”, “liberales”):

“Los modou-modou tradicionales los llaman ‘de la izquierda’ porque en una época se los relacionaba con los que vendían drogas, se iban mucho de fiesta y su atracción por todo lo Occidental” (Namse).

Como variables compartidas por ambos grupos, tres son las que sobresalen: se trata de hombres, en su mayoría pertenecen a la etnia *wolof* y todos se confiesan de religión musulmana. Como ha quedado de manifiesto en este y otros estudios, los migrantes *wolof* y *tukulor modou-modou*, provenientes fundamentalmente del norte de Senegal, son casi en su totalidad varones que trabajan en el comercio de venta ambulante. Residen en los países de Europa durante el periodo de más ventas, entre los meses de abril y septiembre o Navidades, para posteriormente, en la medida de lo posible, regresar a Senegal con sus familias. Esto quiere decir que, para el caso particular abordado, se trata de una dinámica migratoria del tipo “golondrina”, y por lo tanto, resulta más adecuado referirse en términos de “adaptación”, en vez de utilizar el concepto de “integración” a la sociedad de destino. Adaptación al reglamento migratorio español, a las condiciones de venta, de circulación, de vivienda, etc.

En el caso de aquellos migrantes senegaleses que por problemas de papeles u otros permanecen por más tiempo en la sociedad de destino, en muchos casos sin poder regresar a Senegal o por decisión propia, en la mayoría de los casos tampoco se ha dado hasta el momento una actitud proclive a traer a sus mujeres e hijos. En este sentido, además de lo planteado más arriba, entre las razones que podrían explicar este comportamiento se encuentran las siguientes: a) son una carga para la actividad que desarrollan en la sociedad de destino, siendo su principal preocupación y objetivo ahorrar dinero para invertir en sus pueblos: mejorar sus paradas en los mercados de Senegal o construir casas; b) creen que es difícil educar en la nueva sociedad a sus mujeres y niños: el cambio de actitudes y prácticas de las primeras, su posible “occidentalización”; la educación de los segundos en términos de religión, constituyen elementos que ellos conciben como problemáticos.

1) Los *modou-modou* “tradicionales” son hombres *wolof* que llegaron al continente europeo desde finales de los años setenta en adelante. Antes de instalarse en España/Cataluña/Barcelona,

a partir de mediados de la década de 1980, practicaron el comercio de venta ambulante en otros países del continente europeo de manera itinerante. Sus edades medias oscilan entre los 35 y los 50 años. Muchos viven compartiendo un piso entre varios (de 4 a 10 aproximadamente) y su principal preocupación es “*gastar lo menos posible*” (**Kai**).

Se levantan a las cinco de la mañana para tener puesto o parada en los mercadillos y “*no hay día de descanso*” (**Sut**), excepto el domingo por la tarde (momento en que los comercios están cerrados), cuando en general llaman por teléfono a sus familias. En su mayoría, no realizan otra actividad que vender, cosa que siempre hicieron, aunque algunos complementan la venta ambulante con trabajos asalariados en fábricas y almacenes. En estos pocos casos, la venta se realiza durante los fines de semana o en eventos como ferias, festivales y mercados. Aprovechan los periodos de más ventas (Navidades y verano) y tras ello marchan a Senegal a visitar a sus familias. Se consideran especialistas en “el arte” de vender artesanías africanas de madera: figuras humanas y animales; jembees (tambores africanos); máscaras, etc. Traen la mercadería cuando viajan a Senegal o la hacen traer. No suelen comprar a los mayoristas, salvo en el caso de que complementen la especificidad de lo que venden con otros productos, principalmente relojes de pulsera u otros productos de temporada: gafas de sol, camisetas de marca, gorras de marca, bolsos de cuero, etc. En este caso, les compran a mayoristas chinos y van siguiendo “rutas” de mayor venta. La modalidad de venta principal que realizan es la directa, preferentemente en mercados y ferias, y no tanto el parcheo. Muchos de ellos cuentan con furgonetas o autos, en algunos casos compartidos, para trasladarse y transportar la mercadería. No tienen un nivel educativo alto, tampoco demasiado tiempo para “ir de fiesta”. En su mayoría cuentan con permiso de residencia y cotizan como autónomos en la Seguridad Social.

2) Los *modou-modou* “modernos” comenzaron a arribar a Europa sobre todo después de la segunda mitad de la década de 1990. Se trata de hombres jóvenes, *wolof* o *tukolor*, de 25 a 35 años de edad, que forman parte de un nuevo tipo de migración, una modalidad más reciente y distinta. Jóvenes urbanos que provienen fundamentalmente de Dakar y que poseen un nivel cultural-educativo más alto que el de los *modou-modou* tradicionales. Constituyen agentes de cambio en las relaciones con el *tubaab*, a la vez que generan rupturas y continuidades con las normas y valores tradicionales dominantes en la sociedad de origen. Visten y se sienten más atraídos por “lo occidental”: crecieron bajo la influencia de la globalización hegemónica por la cultura estadounidense, cuya estética reproducen en la exageración de la vestimenta tipo “raper” negro de Brooklyn que muchos de ellos utilizan –gorra de béisbol, camiseta de la NBA, jeans amplios caídos, zapatillas Nike, etc.–. Algunos fuman y beben alcohol casi compulsivamente, y muchos se dedican a “cazar” mujeres blancas.

El objetivo inmediato que persiguen al inicio del proyecto migratorio es el de enviar dinero a sus familias; a medio plazo buscan también reunir el dinero y lograr el permiso para abrir una tienda de artesanías africanas, ya que conciben el retorno a muy largo plazo. Venden los productos que consigan con mayor facilidad a través de las redes de parientes o amigos, aunque en ciudades como Barcelona o Roma, por ejemplo, se dedican casi exclusivamente a vender CDs pirateados en las calles. Algunos, en la medida de las posibilidades, van directamente a trabajar en el sector de la hostelería.

No subsumen toda su existencia al trabajo como los migrantes tradicionales; no van detrás del dinero si eso les impide “vivir” (concepto que para los *modou-modou* tradicionales implicaría “la vida fácil”). Tampoco constituye una prioridad mayor para ellos conseguir el dinero para construir una casa en Senegal, aunque algunos se preocupen más de la antena parabólica que puedan exhibir en el techo como símbolo de riqueza que en la casa en sí misma y otros prefieran importar un auto último modelo, adquirido en Europa.

Contrariamente a los migrantes tradicionales de regiones como Casamance, Fouta o Tambacounda, quienes financian proyectos de desarrollo comunitario en sus pueblos de origen, estos nuevos jóvenes migrantes optan por proyectos de corte más individual. A lo sumo invierten para sus hermanos y familiares o intentan reagruparlos en Europa. Sobre estas nuevas tendencias, algunas de las cuales pueden generar importantes transformaciones en el ámbito socio-cultural, esto es, en el estilo de vida, se ha referido Mboup (2000), centrándose en el caso de los migrantes senegaleses en Italia, popularmente conocidos como los “vu compra”⁵. Del mismo modo, Schmidt y Bliion (2000) subrayan la expansión comercial de los *murides* senegaleses como producto de una adaptación socioeconómica abierta y permanente, pero planteando al mismo tiempo ciertas contradicciones alrededor de esta relativa flexibilidad. Esto último tendría consecuencias fundamentalmente en las actitudes y los patrones de comportamiento presentes entre los nuevos jóvenes migrantes.

A diferencia de los *modou-modou* “tradicionales”, los “modernos” prefieren vivir no más de tres personas en un piso, cada uno con su habitación; tener su espacio íntimo e individual porque buscan la máxima comodidad posible: “(...) *vivir bien, aquí y ahora la buena vida*” (**Mame**), lo cual en ciudades con alquileres tan altos como Barcelona o Roma resulta extremadamente difícil de realizar.

⁵ Este apodo proviene del término “vuoi comprare” (“¿quieres comprar?”) que frecuentemente utilizan los migrantes senegaleses, quienes al igual que en Barcelona, en las principales ciudades italianas trabajan en el ámbito de la economía sumergida, practicando la venta ambulante callejera. Al respecto, tuve la oportunidad de compartir el espacio de interacción de la venta ambulante en Roma durante julio de 2002 con jóvenes migrantes senegaleses provenientes de Dakar, mayoritariamente fieles de la cofradía *muride*. Casi en su totalidad, compraban al por mayor CDs pirateados en Nápoles a 1 euro la unidad para venderlos (por las mañanas caminando por la playa y por la noche en las calles de Roma) a 5 euros cada uno.

Para los *modou-modou* “modernos”, los *modou-modou* “tradicionales” suelen tener el rol de consejeros, orientadores, protectores de los recién llegados. Se los respeta por su trayectoria, su conocimiento, no por los bienes que puedan haber acumulado, que ponen a disposición del colectivo en el caso de que sea necesario. Al respecto, es interesante ver cómo ciertos *modou-modou* tradicionales “(...) *se pasan 15 ó 20 años viviendo de la misma manera, sin llegar a realizarse ni disfrutar del dinero que han hecho*” (**Mame**). Algunos hasta sugieren a los más nuevos y jóvenes migrantes: “*no cometan el mismo error que nosotros. Y nos aconsejan, nos sugieren sobre cosas, aunque ellos sigan haciendo lo mismo*” (**Mame**).

Un elemento al cual es imprescindible referirse es el que concierne a las asociaciones senegalesas. Estas sirven de apoyo en cuestiones burocrático-administrativas para quienes han llegado recientemente, intentando ofrecer información sobre temas relacionados con permisos de residencia y de trabajo, contratos laborales, reagrupación familiar, y facilitando en la medida de lo posible la tramitación de distintas solicitudes, particularmente a aquellos que no saben leer ni escribir. Un ejemplo lo constituye la Asociación Catalana de Residentes Senegaleses de Barcelona, situada en el corazón del distrito de Ciutat Vella. Algunos de los migrantes entrevistados pertenecían a la misma, la cual además de trabajar en el asesoramiento sobre cuestiones administrativas (papeles, reagrupación familiar, etc.) y ayudar a la formación en alfabetización del catalán y el castellano, organiza charlas, conferencias, debates, talleres, fiestas y proyectos de cooperación y desarrollo⁶.

Además de la nombrada asociación, entre las más activas pueden enumerarse las siguientes: Asociación Catalana de Residentes Senegaleses del Vallés, Unión de la Comunidad de Senegaleses de las comarcas de Segarra y Urgell, Comunidad Casamance, Asociación Ressortissants Casamance, ACSAO (Subsaharianos de Osona), etc. Algunas de estas asociaciones componen la Federació de Collectius d'Immigrants de Catalunya, un espacio que aglutina la diversidad de colectivos de inmigrantes organizados existentes en Cataluña. Y, a su vez, integran la Federación de Asociaciones de Inmigrantes Senegaleses del Estado Español, que agrupa a las asociaciones de todo el Estado.

En cuanto a la situación administrativa de estos nuevos migrantes, en su mayoría son víctimas directas o indirectas de la Ley de Extranjería vigente en territorio español desde enero de 2001: los casos más favorecidos poseen sus solicitudes de regularización en trámite. A una buena parte les ha sido denegada, y en la mayoría de los casos ni siquiera han realizado una presentación debido a los impedimentos económicos y a los inalcanzables requisitos exigidos.

⁶ Un ejemplo al respecto lo constituyó la “Caravana Solidaria al Senegal 2001”, en la cual participaron diversas ONGs locales. La misma partió desde Barcelona en noviembre de 2001 y, además del transporte de donaciones en material sanitario, escolar, higiénico e infantil, incluyó el inicio de distintos proyectos de desarrollo (sanitario, cultural, educativo, profesional, etc.) en algunos pueblos rurales del país africano.

Por lo tanto, buena parte de ellos está “sin papeles” y no ha regresado a Senegal desde su llegada a estas tierras. Todo lo cual influye notoriamente en el proceso de “duelo migratorio” (Atxotegui, 2000) manifestándose, sobre todo, en la salud afectiva y psíquica de algunos migrantes. Particularmente relevante en este aspecto es el caso de aquellos que han dejado mujer e hijos pequeños y que no pueden regresar a verlos, quedando atrapados en un sitio, con miedo a circular libremente y ser “cazados” por las autoridades, a riesgo de ser detenidos y expulsados. He aquí una muestra en la que se puede ver cómo la metáfora de la “Europa fortaleza” tiene su correlación empírica con la realidad.

CUADRO I
TIPOS DE MIGRANTES SENEGALESES EN BARCELONA

	“Tradicionales”	“Modernos”
Período de llegada	1985 en adelante.	1997 en adelante.
Edades medias	35 - 50 años.	25 - 35 años.
Situación jurídico-migratoria	Permiso de residencia. Cotizan como autónomos para la Seguridad Social ⁷ .	En su mayoría “sin papeles”, víctimas de la Ley de Extranjería.
Ocupación principal	Venta ambulante, en casos complementada con trabajos asalariados.	Venta ambulante, y en pocos casos trabajos en sector hostelería.
Especialización en la venta ambulante	Artesanías africanas de madera. Modalidad de venta en mercados y ferias, principalmente.	Compact Disc pirateados, ropa de marca falsificada y artesanías.
Objetivo migratorio	Persiguen vender, ganar dinero y volver; es decir, retornar.	Para ellos no está tan clara la idea del regreso, ni muy presente el mito del eterno retorno, al menos, en el corto y medio plazo.

⁷ Hasta diciembre de 2002, había en Cataluña un total de 2.055 senegaleses afiliados a la Seguridad Social. (Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).

La venta ambulante como estrategia comercial, actividad de subsistencia y elemento del estilo de vida

“A esta cultura yo no puedo acostumbrarme, integrarme, porque es una cultura individualista: cada uno a lo suyo. Socialmente no hay mejor que la cultura de cada uno. Si nosotros, los senegaleses, fuésemos así, muchos de los migrantes que vienen sufrirían” (Bele).

Para introducirnos en este apartado, primeramente abordaremos el concepto de “estilo de vida”, puesto que resulta estratégico para el análisis sociocultural que se propone. El concepto de estilo de vida es holístico, coherente con la práctica etnográfica y con modelos de análisis derivados de ella, basado en elaboraciones sociológicas y antropológicas que, según recuerdan Coreil et al. (1985), provienen del marxismo, el comprensivismo weberiano, el psicoanálisis y el culturalismo antropológico estadounidense. Como instrumento metodológico, el concepto de estilo de vida permite enmarcar y comprender tipos de conductas basadas en los valores y actitudes definidos en dicho estilo, conductas que pueden ser reproducidas en el comportamiento cotidiano, pues se basan en los saberes del grupo (Cornier, 1984). A partir de él, se puede comprender la articulación de la estructura social general con los grupos intermedios, expresada en sujetos caracterizados por un cierto “estilo” en su vida cotidiana, tanto personal como colectiva (Menéndez, 1998). El referido concepto es de utilidad para analizar representaciones, actitudes, comportamientos y prácticas socioculturales de los senegaleses, reconociéndolas como específicas y diferentes a las dominantes en la sociedad receptora⁸.

A partir de la observación participante y de las entrevistas realizadas como parte del trabajo de campo, se identifica un mecanismo que podría definirse como estructural en la dinámica cotidiana de los senegaleses. Forma parte de su estilo de vida en origen e impregna la organización social del proceso migratorio basado en cadenas y redes, hasta llegar a operar en la coyuntura de la sociedad de destino, facilitando la adaptación al nuevo contexto. Me refiero a los lazos de solidaridad, cooperación y ayuda mutua, presentes de manera recurrente en las representaciones y prácticas de los sujetos de estudio para con sus compatriotas:

“Los senegaleses cuando están fuera de Senegal se ayudan mucho (...) se ayudan mucho, y esto es un punto muy positivo, muy importante. Yo creo que hay una diferencia que existe entre los inmigrantes senegaleses y los demás. He encontrado otros inmigrantes, de otras nacionalidades,

⁸ El deseo de permanencia, la seguridad, el miedo a lo cambiante, la búsqueda de fijeza y absolutos, el consumismo, el individualismo, la competencia, entre otros elementos, forman parte de un estilo de vida podría decirse dominante entre buena parte de los ciudadanos europeos, en este caso, españoles. El estilo de vida de los gitanos, los musulmanes, los africanos, pero también del vagabundo, la prostituta, el bohemio, etc., son mal vistos por distintas causas, motivos y razones, pero todas ellas por tratarse de estilos de vida diferentes.

ique cuando te explican los problemas que han tenido entre ellos en sus casas! Nosotros tenemos suerte porque un senegalés siempre, siempre, quiere hacerte un favor, quiere ayudarte, alojarte, lo que necesites y puede hacer, para que te sientas mejor. Sobre todo si eres un senegalés. Un senegalés nunca deja dormir en la calle a otro compatriota suyo; sin saber de dónde viene, sólo sabiendo que es un senegalés. Fíjate sino aquí en Barcelona: hay muchos inmigrantes que duermen en la calle. No verás ningún senegalés entre ellos. Este es un punto muy positivo en la migración. Los inmigrantes senegaleses se ayudan mucho. Cuando alguien tiene un problema, los demás lo ayudan mucho” (Lake).

Lo anterior es importante a la hora de valorar la dimensión económica de los migrantes y plantea, al mismo tiempo, una serie de interrogantes conceptuales: ¿resulta idóneo clasificar a los migrantes senegaleses como “empresarios”? ¿No implicaría ello pensarlos e interpretar sus representaciones y prácticas socioculturales desde un sesgo occidental-capitalista?

En este sentido, puede decirse que el proceso migratorio de los senegaleses constituye, por un lado, un recurso para generar ingresos (propios pero fundamentalmente dirigidos a la familia/pueblo); y por otro lado, es percibido como una vía eficaz para lograr una legitimidad y un estatus social determinado, tanto en la sociedad de origen como en la de destino. El emigrado se percibe en origen como un exitoso, un referente social: hacerse hombre, tener dinero, mujer e hijos, etc.

“En Africa, venir a Europa significa un suceso. Volver a Africa, hacer una casa muy grande y bonita, casarse con una chica guapa (...) entonces piensan que has triunfado. Una madre africana que ve todo eso le dice a su hijo: mira, has visto al tío, viene de España y tiene mucho dinero. Hay que ir a España (...) El chico dice que no tiene dinero para irse y la madre le dice: mira, yo voy a vender la casa para que te vayas. Hay muchas familias que lo han hecho: venden sus casas o un terreno o algo importante para que el hijo pueda emigrar” (Kai).

El prestigio se manifiesta no sólo en términos materiales, sino sobre todo sociales y simbólicos, ya que un emigrante exitoso es aquel que mantiene la responsabilidad moral de redistribuir su riqueza, manteniendo financieramente a su familia, su comunidad y sus redes de amigos:

“Como nosotros tenemos un sentido de la familia que es muy amplio, siempre tenemos que hacer algo para la familia. Siempre. Y tienes miedo de no poder hacerlo, porque sabes lo que ganas y que no alcanza. Pero lo poco que ganamos lo compartimos con la familia” (Kai).

El migrante senegalés constituye un agente económico seleccionado por la familia/pueblo, un medio para diversificar los bienes y recursos de éstos. Las ganancias en la venta, el dinero ahorrado, las remesas enviadas desde el exterior, se reinvierten en otros parientes migrantes y en proyectos de desarrollo comunitario en origen.

Por otra parte, siempre en función de mi propia experiencia en la venta ambulante referida más arriba, me gustaría resaltar algunos aspectos sobre los *modou-modou* en este apartado. Ante todo, para saber dónde vender y cuándo abrir, si los comerciantes han dado el aviso a la policía y ésta se encuentra rondando por el lugar –de uniforme o de paisano–, basta con preguntarle a un vendedor senegalés. O, simplemente y con seguridad, seguir su conducta. Esto porque desde el primer día comprendí que tienen mucho “oficio” en la venta. Un ejemplo de ello es el manejo del “regateo”, código tan usual en las prácticas comerciales de mercados situados en ciudades de países tan diversos y distantes como Turquía, Marruecos o Guatemala. Varios fueron los momentos en los que tuve la sensación de que a los senegaleses les gusta que el cliente-comprador les “regatee”, que sin ese condimento no hay buena venta, que los satisface en un punto, que les hace recordar un poco a su añorada tierra. Y, sobre todo, que constituye una eficaz estrategia de venta. **Jud**, *wolof* de 29 años, me explicó el funcionamiento del mecanismo de esta manera:

“Tu vas vendiendo por playa con toda la mercadería encima, vas ofreciendo a la gente, hay otros vendedores, la gente se fastidia porque quiere estar tranquila disfrutando y a cada momento le molestan. A una persona le gustó una máscara, pregunta precio y le dices siempre más de lo que cuesta (...) le digo 30 euros y me dice no, es muy caro. ¿Cuánto ofreces? –le pregunto. –20 euros– responde. –20 es muy poco, no sale a cuenta. Ofreceme precio mejor que puedas pagar, si te gusta, ¿cuánto crees que vale?–. Y así vas negociando precio entre 20 y 30 euros, nunca menos de eso. Vender en playa no hay precio. Se hace con el cliente” (Jud).

Un segundo elemento a resaltar es que los *modou-modou* van siguiendo, y escogen, rutas y lugares de más venta en función de, al menos, dos factores: 1) la relación entre la oferta de productos que posean en cada momento y la demanda de la clientela; y 2) las condiciones de seguridad para desarrollar la venta (principalmente, presencia de policía y tipo de intervención: si sólo echa, si además multa y confisca o si detiene y se corre el riesgo de expulsión). Como mecanismo de funcionamiento para dar respuestas a estas dos cuestiones, los senegaleses ponen en práctica las mismas redes de socialización y circulación de la información que utilizan, por ejemplo, para elegir los mejores puntos de entrada al continente europeo.

En el mercado compartido de la calle, donde nadie tiene puestos fijos, el respeto mutuo y los códigos de convivencia son valores significativos en las relaciones humanas, puestos en práctica para obtener los espacios de venta, mantener los precios de productos en común y ser solidarios ante un enemigo común: los comerciantes y la policía. Sólo en una ocasión (julio 2002) tuve la oportunidad de registrar una pelea entre cuatro jóvenes senegaleses, vendedores de CDs, y cuatro vendedores ambulantes peruanos de artesanías (collares, pulseras, pendientes, etc.) que se disputaban el espacio de venta –cuyo código consensuado es el del

“primero que llega” – en una esquina del barrio de Trastevere, Roma, Italia. Antes de que la gresca pasara a mayores (por fortuna para los peruanos, como buenos andinos, de compleción más pequeña y estatura más baja que los senegaleses) un comerciante del lugar avisó a la policía que intervino y, de paso, ya que estaba, amplió su intervención a todos los vendedores que estábamos trabajando en los alrededores.

Tanto en Roma/Cerdeña, como en Barcelona, la “participación con observación” que realicé me ha permitido comprobar que, las lenguas utilizadas por los vendedores ambulantes de los distintos países para comunicarse son el italiano en el primero, y el español en el segundo caso. Asimismo, vale mencionar que el origen de los vendedores ambulantes varía en cada contexto: mientras que en Barcelona sobresalen los senegaleses, los pakistaníes, los chinos y los latinoamericanos (argentinos, mexicanos, colombianos, peruanos, etc.), y, salvo en mercadillos, no se da la presencia de autóctonos, en Roma/Cerdeña comprobé la presencia mayoritaria de vendedores de distintos países de América del Sur (Colombia, Ecuador, Perú, Argentina, Chile, Brasil); del continente asiático (Bangladesh, Pakistán, China); de Senegal e italianos.

En lo que se refiere a la división étnica del trabajo entre los distintos colectivos de migrantes, en general, ésta se define por la especialización. Los senegaleses se caracterizan por su relativo nomadismo y la permanente movilidad en su actividad respecto de otros inmigrantes que trabajan en el comercio ambulante; a la vez que se consideran “expertos en la venta de artesanías de madera”, aunque se los puede ver vendiendo distintos artículos. Cuentan con la facilidad de conseguir la mercadería de una forma más o menos directa a través de mayoristas por medio de las mencionadas redes de carácter transnacional, evitando así posibles intermediarios. Además, poseen una gran habilidad en el arte de vender; su “repertorio de recursos de venta” puede incluir hasta un relativo manejo de la lengua local en el habla. Es oportuno destacar ese conjunto de técnicas de convencimiento para vender el producto y el manejo de una amplia gama de discursos en función del interés del comprador, no sólo como fuente de ingresos, sino también como canal de comunicación.

Por otra parte, el hecho de que los senegaleses se consideren especialistas en la venta de artesanías africanas de madera, no quita que algunos se dediquen a la venta de otro tipo de productos no artesanales. Por el contrario, carteras de cuero, relojes, gorras, CDs y demás manufacturas “de marca”, en la mayoría de los casos “pirateadas”, “falsificadas”, constituyen parte de la mercadería que cualquier peatón, comprador o etnógrafo puede observar en el chiringuito improvisado que montan en las calles comerciales más estratégicas de venta de las ciudades europeas.

Centrándonos concretamente en Barcelona, los vendedores ambulantes despliegan sus mercaderías de venta fundamentalmente de mayo a septiembre, y luego en Navidades, siendo los sitios principales donde se distribuyen los siguientes: Villa Olímpica, Port Vell, Passeig Joan

de Borbó (Barceloneta), La Rambla, Plaza Catalunya (sobre la entrada principal de El Corte Inglés, por un lado, y sobre el lateral del centro comercial El Triangle, por otro) y la calle Portaferrisa.

De los colectivos de migrantes que comparten el espacio y la actividad de venta ambulante con los senegaleses en Barcelona puede destacarse, en primer término, a los pakistaníes, algunos de los cuales entrevisté para la investigación. Los vendedores ambulantes pakistaníes trabajan con productos de temporada y otros (bufandas y chalinas en invierno; gafas de sol en verano; juguetes; rosas de noche; butano de día, etc.). Otro colectivo muy presente en el ámbito del que se trata es el de los chinos, quienes fundamentalmente se dedican a la venta de ropa (para adultos, niños y bebés), aunque también realizan *tatoos* de henna temporales en verano y venden productos de bisutería durante el resto del año. Cabe señalar que, a diferencia de los senegaleses, tanto pakistaníes como chinos poseen tiendas mayoristas de productos para proveer a los vendedores ambulantes, concentradas sobre todo en la calle Princesa (barrio Parc de la Ciutadella, distrito de Ciutat Vella).

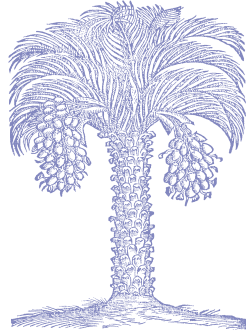
En relación a lo anterior, y siguiendo una de las hipótesis de la investigación, la venta ambulante puede llegar a constituir una alternativa más o menos permanente de subsistencia para los migrantes de determinados colectivos en situación no regularizada, esto es, sin permisos de residencia o trabajo. Sin embargo, mientras que para los inmigrantes pakistaníes, por ejemplo, generalmente constituye un “enganche”, la puerta de entrada al sistema, la primera inserción al mercado de trabajo local que mantienen hasta regularizar su situación o conseguir un trabajo más estable; en el caso de los senegaleses, por el contrario, el comercio de venta ambulante es una actividad tradicional de subsistencia, formando parte de su estilo de vida. Además, buena parte de ellos ya ha trabajado anteriormente en el campo que se concibe como el del “comercio informal-sumergido-paralelo” antes de emigrar; les resulta parte habitual del comercio, siendo el contexto sociopolítico, cultural y territorial el que cambia: en la ciudad de Barcelona, por ejemplo, la venta callejera está prohibida por normativa, aunque no constituya un delito en sí. Es decir, no está penalizada como actividad pero sí algunos de los productos de carácter “ilícito/ilegal” que puede implicar (drogas, CDs piratas, etc.). En este sentido, están expuestos a una doble acción represiva que incide en sus estrategias de adaptación en Barcelona: por un lado, la falta de papeles; por otro lado, en muchos casos, aún con permisos de residencia en regla y cotizando para la Seguridad Social, igualmente son perseguidos por la policía. El hecho de ser detenidos, entonces, puede provocar en su perjuicio desde multas de 150 euros y la incautación de la mercadería, hasta órdenes de expulsión del país.

Bibliografía

- AMBROSINI, M. (1998) "L'inserimento degli immigrati nell'economia informale". *Studi di Sociologia*, vol. 36, n.º 3: 233-257.
- ARESTIS, P. (1999) "Symposium on Post-Fordism and the Nature of Work". *Review of Social Economy*, n.º 57: 2.
- ATXOTEGUI, J. (2000) "Los duelos de la migración: una aproximación psicopatológica y psicosocial", en E. Perdiguero y J. M. Comelles (comps.) *Medicina y Cultura*. Barcelona: Bellaterra.
- BARRET, G. et al (1996): "Ethnic Minority Business: Theoretical Discourse in Britain and North America", *Urban Studies*, n.ºs. 4-5, pp. 783-809.
- BENTON, L. (1990) *Invisible Factories: The Informal Economy and Industrial Development in Spain*. State University of New York Press.
- COLECTIVO IOÉ-UGT (2001) *¡No quieren ser menos! Exploración sobre la discriminación laboral de los inmigrantes en España*. Madrid: Comisión Ejecutiva Confederal de UGT.
- COLECTIVO IOÉ (1992) *Inmigrantes, trabajadores, ciudadanos. Una visión de las migraciones desde España*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- COPANS, J. (1988) *Les marabouts de l'arachide. La confrérie mouride et les paysans du Sénégal*. París: L'Harmattan.
- COREIL, J. et al. (1985) "Life-Style, an Emergent Concept in the Sociomedical Sciences". *Culture, Medicine and Psychiatry*, vol. 9: 243-337.
- CORNIER, D. (1984) *Toxicomanies: Styles de vie*. Québec: Gaëtan Morin.
- CORTÉS LÓPEZ, J. L. (1989) *La esclavitud negra en la España peninsular del siglo XVI*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- COULON, C. (1981) *Le Marabout et le Prince. Islam et pouvoir au Sénégal*. París: A. Pedone.
- DIOP, A. M. (1990) "L'émigration murid en Europe". *Hommes et Migrations*, n.º 1132: 21- 24.
- GIMÉNEZ, C. (1996) "Proyectos de construcción nacional, política migratoria y transnacionalismo en España", en A. Kaplan (coord.) *Procesos migratorios y Relaciones Interétnicas*. Zaragoza: VII Congreso de Antropología.
- GOLDBERG, A. (2005) "La antropología y la salud/enfermedad/atención de los inmigrantes en España a través de un estudio de caso: senegaleses de Barcelona". *Cuicuilco*, México: INAH. (en prensa)
- GOLDBERG, A. (2004) *Ser inmigrante no es una enfermedad. Inmigración, condiciones de vida y de trabajo. El proceso de salud/enfermedad/atención de los migrantes senegaleses en Barcelona*. Tesis Doctoral en Antropología Social y Cultural. Tarragona: Departamento de Antropología, Filosofía y Trabajo Social, Universidad Rovira y Virgili, inédita.
- GOLDBERG, A. y PEDONE, C. (2000) "Cadenas y redes migratorias internacionales. Aproximación a un análisis comparativo de dos casos: senegaleses en Barcelona y ecuatorianos en Murcia". Tarragona: Ponencia presentada al IV Congreso de CEALC.

- KAPLAN, A. (2002) "Los procesos migratorios. Una motivación económica: Senegambianos en Cataluña", en *Barcelona, siglo XXI: Mosaico de Culturas*. Barcelona: Museu Etnologic.
- KAPLAN, A. (1998) *De Senegambia a Cataluña. Procesos de aculturación e integración social*. Barcelona: Fundación La Caixa.
- KAPLAN, A. (coord.) (1996) *Procesos migratorios y relaciones interétnicas*. Zaragoza: VII Congreso de Antropología Social, Instituto Aragonés de Antropología, Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español.
- KHOUMA, P. (1990) *Io, venditore di elefanti. Una vita per forza fra Dakar, Parigi e Milano*. Milán: Garzanti.
- KLOOSTERMAN, R. et al (1998): "Across the Border: Inmigrant's Economic Opportunities, Social Capital and Informal Business Activities", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 24, nº. 2, pp. 249-268.
- LACOMBA VÁZQUEZ, J. (1998) *El juego entre la exclusión y la inserción en situación inmigrada. Modificación y permanencia de la identidad cultural entre los inmigrantes musulmanes*. Tesis doctoral, Universidad de Valencia.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. (1997) *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid: Trotta.
- MBOUP, M. (2000) *Les sénégalais d'Italie. Emigrés, agents du changement social*. París: L'Harmattan.
- MENÉNDEZ, E. (1998) "Estilos de vida, riesgos y construcción social. Conceptos similares y significados diferentes", en *Estudios Sociológicos*, nº. 46: 37-67.
- PARRAMÓN, C. (1996) "Campo migratorio: un concepto útil para el análisis de las estrategias migratorias". A. Kaplan (coord.) *Procesos migratorios y Relaciones Interétnicas*. Zaragoza: VII Congreso de Antropología.
- RECOLONS, L. (2001) "La población inmigrante de origen extranjero y su impacto en las sociedades europeas", en *Revista de Fomento Social*, nº. 56: 679-694.
- REYNERI, E. (1998) "The Role of the Underground Economy in Irregular Migration to Italy: Cause or Effect?". *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 24, nº. 2: 313-331.
- ROBIN, N. (1996) *Atlas des migrations ouest-africaines vers l'Europe, 1985-1993*. París: ORSTOM-EUROSTAT.
- ROMANI, O.; GOLDBERG, A.; MASCARELLA, L. (2000) "Economía Informal, Migraciones e Identidades: Senegaleses y Paquistanes en Catalunya". *II Seminario del Programa Europeo ECOBAZ*, Barcelona, 25 al 27 de mayo de 2000. (Inédito)
- SALEM, G. (1984) "Les marchés ambulants et le système commercial sénégalais", en G. Simon (coord.) *Marchands ambulants et commercants étrangers en France et en Allemagne Fédérale*. Poitiers: CUEM, pp. 7-50.
- SCHMIDT, O. (1994) *Islam, solidarité e lavoro: i muridi senegalesi in Italia*. Turín: Fondazione G. Agnelli.
- SCHMIDT, O. y BLION, R. (2000) "Du Sénégal a New York: quel avenir pour la confrérie mouride?". *Hommes et Migrations*, nº. 1124: 36-45.
- SECK, T. A. (1997) *La Banque Mondiale et l'Afrique de l'Ouest. L'exemple du Sénégal*. París: Publisud.
- SEPA BONABA, E. (1993) *Els negres catalans. La immigració africana a Catalunya*. Barcelona: Fundació Serveis de Cultura Popular/Alta Fulla.

- SERRANO SANZ et al. (1999) *Desigualdades territoriales en la economía sumergida*. Zaragoza: IAF, CREA.
- SIMON, G. (1995) *Géodynamique des migrations internationales dans le monde*. París: PUF.
- SUÁREZ NAVAZ, L. (1998) “Los procesos migratorios como procesos globales. El caso del transnacionalismo senegalés”. *Ofrim*, pp. 39 - 63.
- SUÁREZ NAVAZ, L. (1996) “Estrategias de pertenencia y marcos de exclusión: colectivos sociales y estados en un mundo transnacional”, en A. Kaplan (coord.): *Procesos migratorios y Relaciones Interétnicas*. Zaragoza: VII Congreso de Antropología.
- SUÁREZ NAVAZ, L. (1995) “Les sénégalais en Andalousie”. *Mondes en Développement*, vol. 23, n°. 91: 55-65.
- TIMERA, M. (1996) *Les soninkés en France*. París: Karthala.



**PARTE V:
MOVILIDAD
Y CIRCULARIDAD**

El negocio de la maleta en Alicante y Tánger: Descifrando el circuito mediterráneo¹

Natalia Ribas y Juan David Sempere

Hay tantísimas fronteras
que dividen a la gente,
pero por cada frontera
existe también un puente

GINA VALDÉS
(Isabel Parra, El libro Mayor de Violeta Parra)

“(...) but the hobo in this account was a worker who wandered,
whose number at times when work was plenty
and development wide-ranging must have exceeded two hundred thousand.
This was the urgently needed labor force of the frontier.
Indeed, he was a creature of the frontier,
and he moved into history with the frontier” (ANDERSON)

La selección de un escenario

En los capítulos anteriores, las diferentes colaboraciones han abordado el tema sobre el empresariado étnico en España desde una amplia multiplicidad de casos empíricos. No obstante, la aportación que aquí se presenta es radicalmente distinta. No nos proponemos en este último abordaje limitarnos a un análisis restringido a la pura definición del empresariado étnico en España, tal cual se delimitó en la introducción del libro. Este capítulo está pensado como un

¹ Quisieramos aquí agradecer la lectura crítica del capítulo por parte de Joaquín Beltrán, a partir de la cual hemos intentado recoger sus sugerencias.

complemento a los trabajos anteriores, con la intención de conceder una mayor importancia al carácter transnacional del fenómeno del empresariado étnico así como de encontrar adecuados marcos de examen empírico relacionados con este emergente carácter.

Al buscar un intento de análisis del empresariado étnico en España en el contexto de las circulaciones migratorias, son los enfoques vinculados a los análisis de las prácticas transnacionales los que nos permiten ir más allá de lo ya investigado. Más allá de los modelos clásicos de integración social de los inmigrantes (asociados a modelos de origen-destino, que habían convertido el inmigrante fordista en objeto de estudio en ciencias sociales). En este sentido un buen e interesante punto de partida para captar el sentido de la circularidad son aquellos tipos de análisis que intentan conceptualizar las nuevas relaciones a partir de vínculos existentes entre sociedades de origen y de destino; pero que se establecen en sentido circular y complejo en vez de unidireccional y estático (así como estatal). Más allá de los modelos clásicos, algunos autores contemporáneos que trabajan el tema de las migraciones internacionales, están poniendo en tela de juicio los paradigmas dominantes sobre el sedentarismo de las personas, señalando que los seres humanos son móviles por naturaleza y no sedentarios, y subrayan cómo la “cultura de la emigración” es una estrategia constante entre ciertas poblaciones. De ahí hoy el renovado interés del estudio de la movilidad contemporánea como uno de los cambios inherentes, así como consecuentes, de los procesos de globalización económica (Ribas, 2002).

En el caso del Mediterráneo Occidental (no abordamos ni mucho menos, toda la región mediterránea), uno de los pocos investigadores que se centra en la naturaleza de la circularidad es Tarrius (1992). Para ello, este autor visualiza una dinámica circular del territorio entre Marruecos, España y Francia; la cual parece considerar como una característica importante del estilo de vida de los inmigrantes de origen magrebí. Este tipo de autores se plantean temas de investigación asociados a las nuevas articulaciones de las lógicas capitalistas con una explicación argumental que supera el ámbito de la estructuración espacial del Estado-nación. Es en este sentido que Tarrius acuña el término de “territorios circulares” referidos a ciertos grupos de población en los que el movimiento es una característica; son las idas y venidas, las entradas y salidas entre mundos designados como distintos (Tarrius, 2000: 8). Tomando como base una investigación concreta en un céntrico barrio marsellés, el barrio de Belsunce (el denominado barrio árabe por el resto de los marselleses). Este autor define el nomadismo de la población según tres criterios: por la fidelidad al lugar de origen, por la ausencia de una especialización profesional heredada y por un distanciamiento de la perspectiva de la integración, e incluso por una instrumentalización pasajera de la ciudadanía (Tarrius, 2002: 32). Por su parte, Peraldi (2001), en una línea similar, apunta a cómo las migraciones circulares se presentan como contrapunto de las migraciones económicamente programadas y políticamente controladas, típicas de la era

fordista. Éstas se caracterizan por la utilización de las redes comerciales organizadas en distintos mundos, política y culturalmente antagónicos. Peraldi analiza los regímenes particulares de movilidad describiendo las trayectorias de los comerciantes, los cuales articulan circulación migratoria y deambular comercial. En dichos regímenes, los actores sociales utilizan los recursos de la flexibilidad y la movilidad para conseguir poder estar simultáneamente presentes en mundos catalogados y percibidos como distintos.

En este capítulo trataremos de considerar este marco general de la circularidad en el espacio mediterráneo cruzándolo con las diversas formas de “empresariado circular” que emergen en distintos lugares, ciudades, del Mediterráneo. No obstante, múltiples podrían haber sido las ciudades objeto de nuestra atención, sobre todo aquéllas que históricamente han sido consideradas como bastiones del comercio mediterráneo o bien urbes, que han sido construidas, imaginadas y frecuentemente exotizadas como espacios de encuentro entre culturas, entre mundos considerados como diferentes. ¿Qué tipo de ciudades candidatas podrían ser?, ¿Alicante, Barcelona, Marsella, Orán, Palermo, Tánger?

Intentaremos razonar de diversas formas esta pregunta articulando distintos niveles de respuesta. En primer lugar, teniendo presentes las migraciones mediterráneas, podemos destacar cómo en la actualidad, el estrecho de Gibraltar y la ruta de Orán a Alicante son escenarios de importantes movimientos de población hacia la Unión Europea; además durante los años noventa ambas vías han protagonizado trágicas migraciones. Por sus puertos ha pasado y pasa, una gran parte de la población inmigrante que vive y trabaja hoy en los países europeos.

Desde el contexto de las migraciones internacionales subrayamos el papel clave de los migrantes como actores estratégicos de las movilidades actuales en el Mediterráneo. En consecuencia, es a partir de ellos que comprendemos estos espacios-frontera en el análisis del paisaje de lo global. En segundo lugar, también cabría añadir dentro de la concepción de estos espacios-frontera, cómo éstos nos permiten establecer de una forma estratégica (desde la concepción de emplazamiento estratégico de investigación de Merton, un sociólogo estadounidense ya clásico en los estudios teóricos), y nos dejan dilucidar de una forma más clara los concretos procesos de materialización en el espacio de un escenario global de las migraciones en la región mediterránea. Con estos dos estudios de caso, de carácter etnográfico, Alicante y Tánger, nos enfrentamos así en este capítulo a una de las mayores contradicciones que presenta el análisis de la circularidad en las migraciones y que nos parecen importantes considerar al examinar el fenómeno del empresariado étnico en países mediterráneos.

A nivel externo, Europa recrudece su política de visados; a nivel nacional, Marruecos se transforma políticamente (reforma profunda de la administración, renovada acción de la sociedad civil); a nivel urbano, se crean nuevos barrios-ciudades producto de las complejas dinámicas de las migraciones internas y del éxodo rural. A nivel de los procesos de la economía global,

el capital neoliberal fomenta desde la producción, el crecimiento de las zonas francas y la deslocalización de la telefonía y del textil y, desde el consumo, la extensión de las rutas del contrabando en regiones fronterizas. De este modo, Tánger, esta esquina africana, nos sirve como emplazamiento estratégico para aproximarnos al estudio de las movilidades en un lugar fronterizo seleccionado, específico, en los territorios de la circularidad. Representa el espacio a través del cual podemos analizar qué sucede a nivel concreto en estos lugares que representan en sí mismos barreras físicas, espacios de control. Estos espacios, como también sucede con Alicante, nos ofrecen la oportunidad de aproximarnos a un espacio de ruptura. A través de este espacio podemos constatar cambios concretos del entorno urbano contemporáneo sumido en el consumo (junto el auge de la hegemonía de la imagen y de la cultura de masas) y en la vivencia de la movilidad, sobre todo, de las poblaciones más jóvenes. En general, el capital, los productos y las ideas se han vuelto más móviles, mientras que ciertas categorías laborales, constreñidas por las leyes de inmigración, continúan bajo el control y la penalización de la movilidad. Considerando el cierre de fronteras (militarización, aumento de efectivos policiales, etc.), estos tipos de fronteras pueden también entenderse como lugares de resistencia a la globalización en el contexto de estudio de las movilidades mediterráneas, a través de las prácticas que envuelve, la clandestinidad. Tánger como lugar fronterizo intercontinental representa un espacio clave en los circuitos de capital, encarna también uno de los primeros amortiguadores de la salida de los flujos de migración, uno de los primeros nexos de salida y una de las fronteras más permeables hacia Europa. Muestra también el funcionamiento de un trampolín de los proyectos migratorios hacia una supuesta fácil inserción en ocupaciones agrícolas irregulares (como ocurre muy concretamente con el caso del Poniente almeriense; véase Sempere, 2002), en definitiva, el primer trampolín hacia la “Europa fortaleza”. Además, en el contexto histórico de las migraciones internacionales, este espacio (como también sucede con Alicante) experimenta tanto a través de la vía terrestre como a través de la vía marítima las grandes operaciones de retorno estival de los emigrantes residentes en Europa: el paso del Estrecho por Andalucía.

Lógicamente, el caso de Tánger dentro de los circuitos del Mediterráneo es particularmente relevante por el hecho de padecer, en primera línea, el cierre de la denominada Europa fortaleza, lo que conlleva y fomenta los circuitos de tipo de clandestino. En consecuencia, se reinventan distintas formas de movilidad, aparecen ciudades que son lugares de paso de las migraciones Norte-Sur, lugares que configuran los puntos de la transitoriedad en los proyectos migratorios –por ejemplo, de los subsaharianos en Tánger o de los argelinos en Alicante–, son nexos de tránsito de mercancías y de personas. Así como son también espacios clave de la intensificación de la movilidad de las personas en los circuitos turísticos (como en el caso de Alicante, y como en algunos lugares de Marruecos). Y simultáneamente escenario de la deslocalización industrial del Norte (especialmente del textil y los servicios) y de la feminización de la mano de obra en el caso de Tánger.

Al otro lado del Mediterráneo, la ciudad portuaria de Alicante se transforma en múltiples sentidos, en interacción con las dinámicas circulatorias, especialmente en el caso del crecimiento del comercio étnico. Crecimiento debido en gran medida al hecho de que su puerto es a la vez una zona de tránsito y de frontera de la Europa Mediterránea, así como un centro turístico. Este hecho es en parte, novedoso, pero por otra parte, de índole histórica, ya que existe en Alicante desde los años sesenta, una considerable movilidad de personas peculiarizada por un rico mosaico de movi­lidades: los *piéd-noirs* llegados en la década de 1960 desde la recién independizada Argelia, un fuerte éxodo rural, la llegada de los jubilados europeos instalados en esta costa así como en la costa andaluza y vinculados a una actividad turística desbocada, los comerciantes argelinos y los asalariados marroquíes.

¿Por qué la importancia estratégica de Alicante en estos circuitos? Se debe a una respuesta en principio simple. Principalmente por la operación de una ruta marítima, el barco procedente de Orán: la línea de ferry regular que conecta la península ibérica con Argelia. Esta ha sido la única existente hasta el año 2001 entre España y Argelia, por tanto un factor esencial para comprender las migraciones, sus circulaciones y su expresión potencial en la economía de bazares en Alicante. Para muchas personas este trayecto supone esa mirada constante ante un escaparate, desde Orán que mira al desenfrenado consumo del otro lado (en una mirada un tanto cargada de *esterofilia*, como se diría en italiano). Otros movimientos a destacar comprenden aquí la intensificación del tránsito de pasajeros de la línea Alicante-Orán (desde 1988), la vía de la operación paso del Estrecho de corte argelina.

Las formas de migración fronterizada típicas del momento actual de los circuitos mediterráneos tienen también su impacto sobre la ciudad de Alicante. Desde la entrada en vigor del sistema Schengen, Alicante se ha transformado en una auténtica frontera, una puerta giratoria desde donde se influencia al Magreb y por donde se transita hacia España. Estos movimientos han hecho mella en la estructuración del puerto, desde el refuerzo de fronteras y su expresión en los controles hasta los sistemas alternativos y paralelos a las vías formales, tanto de personas como de mercancías, especialmente a partir de las distintas modalidades de organización de los *containers*. Pese al peso fronterizo, la población de la ciudad tiende a dar la espalda a la estación portuaria, se la rechaza, se la asume dentro del trabajo de limpieza del centro histórico. No obstante, cabría preguntarse ¿Se sienten ellos fronterizos?, posiblemente no, ya que no tienen una memoria histórica que les recuerde el simbolismo de su circulación pasada, ni siquiera un monumento a los *piéd-noirs*, como sí existe, por ejemplo, en Marsella, bastión por excelencia de la llegada de los *piéd-noirs* en Francia.

Sí en parte ambas urbes no se asemejan demasiado, por otra parte, si existen convergencias entre las dos etnografías de frontera. Un punto en común entre ambos espacios fronterizos es el papel de las migraciones internas. Éstas juegan un papel crucial en las transformaciones urba-

nas y en las migraciones extranjeras desde estos territorios fronterizos. En el contexto de estos cambios ha calado con fuerza el estereotipo del migrante interno, al que se le asocian todos los males de las ciudades frontera, como ocurre con el centro histórico de Tánger. Este inmigrante, aparte de cumplir con la repetida imagen de poco educado y poco civilizado, ejemplifica el estereotipo del montañero, del *yibli* en Marruecos. En la ciudad africana la gente del norte habla de una forma despectiva sobre los inmigrantes del sur, porque para ellos son precisamente los del sur los que traen problemas a la ciudad. Curiosamente los discursos sobre el éxodo rural en Tánger centrados en “la mentalidad y la cultura cívica” tienen mucho en común con el discurso europeo acerca de los inmigrantes extranjeros. Estas migraciones internas nos ofrecen la visión de una plataforma giratoria donde la gente entra a la vez que sale para el exterior.

Se ha trabajado un enfoque teórico inicial común para los dos casos a partir de un mapa de circulaciones en el Mediterráneo (véase Mapa 1) y, sobre todo, de la visualización de un mapa conceptual en un espacio determinado, en unas ciudades específicas que sirven como herramienta de articulación de las circulaciones mediterráneas en un lugar concreto, para poder comprender mejor el encaje entre migraciones y circulación, economías de frontera y tipos de economía de bazar.

Concretamente, estas etnografías “*multisited*” utilizadas, base de este capítulo fueron realizadas por los autores en dos períodos distintos: en Alicante (España) desde principios de 1999 hasta la actualidad, y en Tánger (Marruecos) desde abril hasta septiembre del 2002. Uno de los problemas de la etnografía es la forma de contrastar la información y así pasa también cuando nos aproximamos al empresariado étnico. El informador no puede tener siempre razón y en nuestro papel de investigadores debemos ir revisando todo aquello que explicamos. Son posibles fallos a los que se alude constantemente entre aquellos investigadores que trabajan el empresariado étnico con este tipo de asunciones: “hay muchos argelinos que comercian constantemente entre Marsella y Alicante”, “ahora son los chinos los que dominan el comercio al por mayor para los magrebíes del circuito mediterráneo”. A menudo creemos que con un simple paseo a través de un barrio de concentración de empresariado étnico podemos llegar a conclusiones finales, cuando muchos de nosotros lo que tendemos a hacer es a fantasear sobre la intensidad de los vínculos de carácter empresarial. También hay momentos en los que se crean discrepancias importantes. Además, muchos sucesos, tanto en la etnografía como en la vida real, tienen un carácter a menudo accidental y esto también acaba ocurriendo en la selección de informantes: entrar en un comercio u otro, hablar con el propietario o con el encargado, conversar con el marido o con la esposa, etc.

tabores franceses y españoles presentes desde 1906. Según la tesis de Abu-Lughod (1980) el periodo del protectorado provocó una ruptura fundamental en la estructura de las ciudades marroquíes que han generado fuertes divisiones según clase social. Una lucha entre clases separadas por la segregación espacial como un legado de la era colonial, en creciente competencia por la búsqueda de terrenos urbanos. Su caso de análisis es Rabat. Son espacios donde se puede captar la división de la medina marroquí y la completa separación de los nativos de la aglomeración europea. En líneas generales podemos confirmar que la presencia internacional queda plasmada en el urbanismo. La medina de Tánger es una de las primeras de Marruecos en acusar la influencia europea, que afectó también a los extrarradios. El verdadero motor de la construcción de Tánger fue la vitalidad de su economía y la inmersión del mercado inmobiliario dentro de las reglas de juego mercantil, parcela en la que aventajó al resto de las ciudades del norte de Marruecos (Bravo 2000: 127). Según Bravo, el panorama cosmopolita es el rasgo fundamental y definitorio del Tánger colonial, pero para él lo más importante consiste en demostrar cómo a pesar de una legislación específica y del peso derivado de la influencia diplomática francesa y británica, gran parte de su arquitectura y urbanismo tiene un origen y responsabilidades españoles (Bravo 2000: 121).

Debido a la disposición de los relieves y a la existencia de un valle fluvial (Río Vinalopo) que facilita las comunicaciones con el interior, el puerto de Alicante ha sido hasta muy recientemente el acceso más fácil y más próximo del interior de la Península Ibérica al Mediterráneo. Esta circunstancia explica la clara vocación marítima que durante siglos ha tenido esta ciudad y la antigua participación de esta región en la movilidad migratoria. Desde el principio de las migraciones masivas, a mediados del siglo XIX, esta zona ha conocido diversas formas de movilidad siendo primeramente origen, y más tarde, destino de un importante ir y venir de personas. Con anterioridad Alicante había sido, durante la Edad Moderna, un lugar de circulación y de comercio con las diferentes potencias mediterráneas². Esta particularidad se mantiene desde el siglo XIX con las idas y venidas entre Europa y el Magreb (tras la colonización de Argelia) y desde mediados del siglo XX con la presencia de *pied-noirs*, turistas, turistas-residentes europeos, así como de personas procedentes de las migraciones interiores: manchegos, andaluces. El cosmopolitismo en Alicante no es ni mucho menos actual, sino que se remonta a varias décadas atrás.

Debemos indicar también que la ciudad de Alicante, y en particular su puerto, ocupan desde hace siglos un lugar privilegiado en la historia de las relaciones entre Europa y el norte de África, puesto que la distancia que separa Alicante y Argelia tan sólo es de unos 250 kilómetros, mientras que en el Estrecho de Gibraltar cuenta tan solo con 14 kilómetros entre España y

² Los archivos históricos retratan una vida portuaria de variadas colonias y de representaciones diplomáticas inglesas, francesas y de Estados italianos.

Marruecos. Esta proximidad así como la reticencia de los franceses a ir como colonos a Argelia, son factores importantes para entender la fuerte movilidad que se dio a través del puerto de Alicante entre el Oranesado y el Levante de la Península Ibérica tras la conquista de Argelia por los franceses. Durante todo el siglo XIX y hasta el final de la Guerra Civil hubo un ir y venir de personas entre ambas orillas donde los alicantinos tuvieron una fuerte participación y contribuyeron además al fortalecimiento de las relaciones humanas entre España y la sociedad de la Argelia francesa.

Con la independencia de Argelia la ciudad y la provincia de Alicante se transformaron en zona de paso y de destino de inmigrantes. Varios miles de *pieds-noirs*, básicamente los franceses de Argelia, se reinstalaron por diversos motivos en Alicante (cuestiones políticas, falta de adaptación a Francia, proximidad a Argelia, etc.). La iniciativa y la capacidad emprendedora de muchos de ellos los transformó en catalizadores de una auténtica revolución en lo social y en algunos aspectos de la economía de lo que hasta ese momento había sido una pequeña capital de provincia. La presencia de residentes *pieds-noirs* reforzó los lazos con el exterior cortados desde la Guerra Civil, y especialmente con Argelia, y sobre todo con Francia.

El complejo fenómeno *pieds-noirs* se sitúa al inicio de la transición de la década de 1960 durante la cual la mencionada vocación marítima de la provincia de Alicante se vió superada por el crecimiento demográfico (resultado del éxodo rural), el desarrollo industrial y la vocación turística que a partir de entonces pasó a ser un factor predominante en el dinamismo económico de la zona.

Del fordismo al postfordismo: sol y deslocalización

Como en muchas zonas del litoral mediterráneo, durante los años sesenta, se generalizó el turismo de “sol y playa” que atrajo a millones de personas a la provincia de Alicante (y en mucha menor medida también a Tánger). En este sentido hay que resaltar, además de factores como el clima y los precios, el papel decisivo que han jugado las infraestructuras que han ayudado a desenclavar la zona, particularmente en las comunicaciones con el norte más difíciles debido al relieve. El aeropuerto internacional de Alicante, inaugurado en 1967, y la autopista del Mediterráneo, construida a partir de los años sesenta, que termina precisamente en Alicante (actualmente prolongada por una autovía) jugaron un papel decisivo en el despegue del sector turístico de todo el litoral. La llegada de turistas vino acompañada por la instalación de residentes europeos, mayoritariamente jubilados, que fueron comprando viviendas en numerosas poblaciones del norte y del sur de la provincia (principalmente en las comarcas litorales de la Marina y de la Vega Baja) y han formado numerosas colonias de residentes de Europa del Norte, mayoritariamente ingleses, que viven fuertemente segregados de la población local.

La integración europea (con la progresiva desaparición de los aranceles y de las fronteras) y la existencia de un mercado tan próximo y tan importante como el europeo ha mantenido durante décadas el auge del turismo y la expansión urbanística que lleva aparejada. Esta evolución ha hecho que en la actualidad la proporción de europeos sea muy elevada en numerosos municipios de la provincia, de las más importantes de España si nos atendemos a las estadísticas disponibles. En el censo de 2001, cinco de los diez municipios con mayor proporción de extranjeros en España eran de Alicante (el primero de ellos, Calpe con 49,1% de extranjeros sobre la población censada); según los datos del padrón municipal de habitantes de 1 de enero de 2005, en la provincia hay trece municipios con más de un 50% de extranjeros (con hasta 69,6% de los 8.197 habitantes de San Fulgencio). Alicante es de hecho la provincia de España con más residentes comunitarios y europeos en las estadísticas del Ministerio del Interior sobre permiso de residencia a 30 de septiembre de 2005, concretamente es la primera provincia en el número de británicos, holandeses, belgas y la segunda en el número de residentes escandinavos.

El dinamismo económico motiva, desde el final de la década de 1950, otro fenómeno paralelo al turismo y a la instalación de residentes europeos, pero con más repercusiones económicas y demográficas: la llegada de personas, mayoritariamente trabajadores, de otras zonas de la provincia y de España y, en particular, de regiones como La Mancha, Murcia, Andalucía o Madrid. Durante las décadas de 1960 y 1970 el éxodo rural y la inmigración de otras ciudades españolas fue tan fuerte que según el censo de 1981, más de la mitad de la población residente en el municipio de Alicante había nacido fuera del mismo. En muchos municipios como Elche, o del litoral, las proporciones de personas autóctonas son similares e incluso superiores, lo que muestran, lo importante que es, desde hace décadas, la inmigración para amplias zonas de la provincia. Estos fenómenos provocan durante las décadas de 1960 y 1970 el mayor crecimiento demográfico que ha conocido la provincia lo que fomentó la construcción, en la periferia de las ciudades, de polígonos residenciales a menudo escasos de dotaciones y de infraestructuras. Al igual que en muchas zonas del Magreb, Alicante ve como en pocas décadas se multiplica su superficie urbanizada y crece de forma desestructurada y en ocasiones incluso caótica. No es hasta hace pocos años que las nuevas infraestructuras han permitido la consolidación urbanística de la ciudad.

Durante los años ochenta cuando el modelo clásico de “éxodo rural” se va agotando, van surgiendo nuevas formas de inmigración. Entre estas cabe destacar en primer lugar la instalación de españoles que han sido emigrantes en el extranjero, “los retornados”, y que en lugar de volver a sus pueblos de origen, por lo general del norte de la península, se instalan en el litoral mediterráneo cerrando una forma de migración triangular bastante común en otras zonas del Mediterráneo como el Rif Central y Oriental en Marruecos. Al mismo tiempo la llegada de españoles va evolucionando del éxodo rural hacia una movilidad urbana. Hoy en día, tanto la provincia

como la ciudad de Alicante pertenecen al grupo de regiones, en su mayoría provincias y ciudades medianas, que siguen experimentando un evidente incremento de población gracias a factores cada vez más apreciados como el clima, las infraestructuras o el dinamismo de ciertos subsectores terciarios. Esta situación contribuye, sin duda, por una parte a la conformación de la ciudad, pero por otra a la persistencia del crecimiento urbano y a la especulación urbanística que se da con tanta claridad en amplias zonas del litoral mediterráneo.

Alicante ha conocido pues una fuerte movilidad poblacional tanto de la época fordista, como de la época actual. A este panorama migratorio hay que terminar sumándole, desde la década de 1990, la creciente presencia de trabajadores extracomunitarios. Las características de una economía muy diversificada, la falta de mano de obra en muchos sectores y la fuerte presencia de economía sumergida, típicas de la construcción, del turismo, de la agricultura o de la pequeña industria, se añaden a la evolución histórica, una proporción y sobre todo una diversidad importante de extranjeros. Si la presencia europea se debe originalmente a razones climáticas (los británicos siguen siendo el principal colectivo extranjero por permisos de residencia) y de precio de la vivienda, la inmigración laboral se debe básicamente al fuerte dinamismo económico que conoce esta región. En la provincia de Alicante encontramos una red importante y relativamente equilibrada de ciudades grandes y medias (7 poblaciones de más de 50.000 habitantes); zonas con una agroindustria muy dinámica de cítricos y hortalizas; un sector de la construcción desbocado; una extraordinaria actividad turística en todo el litoral mediterráneo; varias zonas de industria endógena y una fuerte proporción de economía sumergida en casi todos los sectores. Estos factores conjugados con su situación demográfica y su ubicación espacial (en pleno eje mediterráneo) ayudan a entender la importancia que la mano de obra y la inmigración extracomunitarias tienen en esta zona.

A finales de los años cincuenta se creó en Tánger una zona franca industrial, que convirtió la ciudad en la tercera industria textil del país después de Casablanca y de Fez. Ese polo industrial provocó a su vez el desarrollo de nuevas construcciones en la periferia tangerina que con frecuencia fue acompañado, especialmente durante los años setenta, de una cierta actitud de tolerancia hacia la construcción de barracas. La evolución de la población se caracteriza por un importante crecimiento demográfico sobre todo durante los años setenta, por una parte relacionado con el crecimiento natural pero también por el peso del flujo migratorio, especialmente importante en el caso de las municipalidades de Béni-Makada y Charf. En los años cuarenta la ciudad experimentó una inmigración sobre todo de origen rifeño, es la época del inicio de una política industrial en el Marruecos mediterráneo que había sido considerado como ese Marruecos inútil de la zona que abarca el ex-protectorado español y que acabó por desarrollar una economía sumergida fuertemente vinculada a los productos de contrabando con Ceuta y al tráfico del hachís, al comercializar la cultura del cannabis de las montañas de Yebala.

En los años noventa domina en la ciudad una compleja articulación de papeles migratorios, desde lugar de recepción del éxodo rural, pasando por la migración interurbana desde el norte de Marruecos y desde otros lugares del sur. En último lugar pasando también por una importante articulación de la emigración a Europa, especialmente a Bélgica, Holanda, España, Francia, Inglaterra y Alemania. La construcción de los barrios depende en la mayoría de los casos de la especulación del suelo, con frecuencia producto del trabajo de los emigrantes en el extranjero.

La medina de Tánger representa esa parte de movimiento comercial, el corazón del regateo, el lugar de los productos de toda la vida, el zoco que no se mueve semanalmente. El papel comercial y mercantil del puerto es importante en la identificación de su comprensión de ese carácter fronterizo. En la medina de Tánger vivían antiguamente tanto ricos como pobres, todos juntos, ya que la medina es literalmente “la ciudad”. Con el tiempo los más adinerados se marcharon hacia la montaña y se instalaron en las “vilas”.

Una economía de frontera

Los resultados de las investigaciones sobre la economía informal en diversas ciudades del mundo, editadas por Castells y Portes (1989), ponen en relieve cómo los diferentes casos de informalidad tienen características comunes en diferentes puntos del globo: se realizan a pequeña escala, evitan las regulaciones estatales, son flexibles, utilizan la mano de obra familiar, pero tienen diferentes significados y funciones dependiendo de la relación que se establece con la economía formal. La economía informal utiliza la flexibilidad y la explotación, la productividad y el abuso, los empresarios agresivos y los trabajadores indefensos, el debilitamiento de los sindicatos, etc. Nos interesa aquí subrayar cómo los contextos fronterizos crean condiciones peculiares para el examen de la economía informal.

El Mediterráneo Occidental es una frontera de primer orden que separa dos regiones densamente pobladas y económicamente imbricadas desde hace siglos: una Europa, económicamente desarrollada y unificada, y un Magreb económicamente dividido, con fronteras porosas y sobre todo con una situación social frágil. Por supuesto, teniendo en cuenta que esta situación varía enormemente según las circunstancias de cada lugar: la condición de inseguridad en Argelia, la dictadura tunecina, etc. Esto se conjuga con la realidad de unas poblaciones muy próximas a Europa, que desde hace décadas conocen perfectamente los modos de vida europeos y donde los productos de consumo occidentales están extraordinariamente valorados –en perjuicio de las manufacturas locales– lo que justifica buena parte del contrabando, una “fórmula” extraordinariamente extendida en todas las fronteras interiores y exteriores del Magreb.

Los puertos mediterráneos son zonas importantes para la entrada de productos europeos en el Magreb. Es a través de ellos que llegan los inmigrantes cargados de *regalos* o que se cuele el contrabando proveniente de Europa. Es un movimiento que genera todo un intercambio de bienes, de dinero y, en ocasiones, un ir y venir muy considerable de personas como sucede entre Marruecos y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla donde juegan un papel importante las “matureras” (mujeres que transportan diariamente maletas, mantas, pañales, etc).

El norte de Marruecos es un espacio de frontera, tanto con Europa como con Argelia, donde el contrabando tiene una transcendencia socioeconómica extraordinaria. En esta zona se encuentran los puestos fronterizos con Argelia; el puerto de Tánger, la principal entrada desde Europa; y Ceuta y Melilla, los enclaves españoles que se han transformado en lugares clave para la circulación de productos occidentales que alcanzan la mayor parte de Marruecos e incluso Argelia. Aziza (2004) nos proporciona una perspectiva de los cambios actuales en relación con las redes de contrabando y migración internacional en la zona del noreste de Marruecos. Este autor describe la situación de una zona doblemente fronteriza (con el enclave español de Melilla y con la zona fronteriza con el oranesado argelino). A partir de este estudio se puede apreciar el impacto del refuerzo europeo de fronteras (la construcción de un muro de ocho metros) y la dependencia económica de los beneficios de la comercialización de los productos de contrabando. Este autor distingue entre el pequeño contrabandista (procedente del sur del país e inmerso en las economías informales de supervivencia), y el grande. Éste último representa una figura clave en la infraestructura socioeconómica y política de la zona, como por ejemplo, en la construcción de mezquitas y en la especulación inmobiliaria, representa también un impacto sobre las modificaciones culturales de la zona, donde lo ilícito y lo ilícito toman paradójicas interpretaciones.

La economía fronteriza alude normalmente a sus aspectos ilegales e informales. Así como también se visualizan las ciudades fronterizas desde sus elementos más marginales, identificados a través de la marginalización del fenómeno del hábitat precario y la aparición de trabajos esporádicos. En estos espacios hay una cierta predisposición de la población a buscar formas que combinan una multiplicidad de recursos para readaptarse constantemente a la realidad social cambiante. A partir de esta economía de frontera se explica cómo funciona la red de las mercancías que llegan desde Ceuta. Esta ciudad es un puerto franco libre de ciertos impuestos y la producción marroquí no puede competir con los precios ni con la calidad de los productos que salen desde Ceuta. Este espacio de competencia de Ceuta se hace cada vez mayor, especialmente en los últimos diez años se ha extendido cada vez más hacia el sur. Según los encargados de urbanismo de la wilaya de Tánger, esto daña fuertemente la economía marroquí y la debilita en la compra de divisas. Los productos del contrabando utilizan circuitos de contrabando que llegan hasta Argelia, donde se cuele a través de la frontera cerrada, o los extrarradios de Casablanca.

En Tánger, como en muchas zonas del Magreb, prefieren los productos españoles antes que los productos del interior de Marruecos. La tradición del contrabando de los productos con Ceuta es muy importante para comprender ese contexto de consumo de productos españoles de primera necesidad, así como los mediáticos, como por ejemplo la televisión. Los hombres que viven en zonas fronterizas suelen dedicarse, entre otras cosas, al contrabando. Se puede comprobar fácilmente este circuito en la zona de Oued Marsa, yendo hacia el puesto fronterizo de Bel Yunch (con Ceuta), cómo los pueblos también se dedican al mismo tiempo al cultivo de hachís y al contrabando. Por dicha posición espacial privilegiada, el contrabando es la opción laboral por la que optan muchos varones de la provincia limítrofe a Ceuta. En el caso de España seguramente estén más desarrolladas las vías informales que con otros destinos europeos, debido a la proximidad de Ceuta y Melilla, que crea más flujos de personas que combinan sus vidas (o lo intentan) en un vaivén de movilidad. Es un circuito que muchos jóvenes desean conseguir: vivir entre España y Marruecos, o bien, vivir en Marsella con papeles españoles, por ejemplo, como hemos podido también constatar. Son sueños de poder vivir en la circularidad.

Al-Sayrafi, un contrabandista con años de experiencia en la frontera ceutí nos narra las triquiñuelas de la actividad y las principales características de los mercados del contrabando. Para pasar la aduana es necesario realizar los contactos precisos con los policías marroquíes que trabajan allí para lograr el objetivo de facilitar la tarea. Este sistema de contactos con los policías funciona a través del conocimiento previo, que los policías le conozcan, pagar una cantidad y traer de Fndek lo que los policías piden, “el regalo”. Los obsequios más comunes son los artículos del hogar y los pañales para bebés. A veces incluso han llegado a pedir una cadena de música o una televisión. Estos regalos dependen de la naturaleza, del coste de las mercancías, del número de la mercancía, o del hecho de ser varón o mujer. Por ejemplo, la ropa y los aparatos electrónicos son más caros. Es por eso que los que trabajan en la aduana piden normalmente una comisión en dinero en vez de en especies, que consideran como de un mercadeo menos serio.

Una característica importante de esta ocupación entre Marruecos y las ciudades autónomas es que el trabajo no se realiza en grupo, sino de modo individual. En cambio, las mujeres sí lo hacen en grupo. Ellas lo hacen de esta forma para protegerse de los policías. Entre ellas, organizan colectas de dinero para poder pasar la aduana. En cuanto al funcionamiento de los beneficios, las mujeres sacan más provecho porque, siempre según Al-Sayrafi, utilizan su encanto femenino en las compras de Fndek y así consiguen más margen de negociación para poder abaratar el precio. También ocurre lo mismo con el tema del transporte, tanto en el autobús como en el taxi la mujer consigue abaratar más los precios. Así, la mujer puede competir mejor en el mercado final, el mercado de Casablanca. En cuanto a los productos del contrabando, son las telas las que aportan un mayor beneficio, las telas se comercializan bien durante todo el año. Respecto a la venta de telas para las fábricas textiles de Tánger, comenta que sí que se compran

de esta forma, a través de los restos de series de los polígonos industriales y de los talleres clandestinos de confección, pero que sólo hay trato si hacen un gran pedido. Pasan las mercancías en mulas por la montaña. Si la cantidad de mercancías es muy elevada, se encarga un grupo de unos 20 hombres que pasen los bultos a pie.

Los principales mercados son el de Castillejos y el de Nador, correspondientes a sus paralelos de Ceuta y Melilla. El primer mercado del contrabando es donde se ubica la primera distribución de los productos una vez pasada la frontera. El segundo representa el conjunto de puntos neurálgicos, los cuales se caracterizan por tener una gran cantidad de acogida. Es el caso por excelencia de Ksar el Kbir en el norte de Marruecos. Su selección se debe a: su emplazamiento geográfico (un punto de cruce de varias rutas en Marruecos) y su papel de punto intermedio y de ciudad intermedia. Aquí llegan personas desde Casablanca en un mismo día o para que los clientes se desplacen fácilmente. Aquí ya aumenta un poco el precio respecto a los mercados de distribución; hay grandes cantidades de productos y una amplia gama, los productos típicos van desde los productos de limpieza hasta las tabletas de chocolate. Todos son principalmente de marcas españolas. La mayoría de los productos están etiquetados en el polígono industrial de Ceuta. Respecto al comportamiento del consumidor marroquí lo que le importa es el buen precio y el tipo de empaquetado extranjero, en este caso el español. El tercer mercado son las grandes ciudades clave de destino, como Casablanca.

No cabe duda que la sociedad magrebí donde el contrabando tiene mayor importancia es la de Argelia, un país donde hay una contradicción flagrante entre una macroeconomía al alza y con expectativas extraordinarias –gracias a la exportación de hidrocarburos– y unos sectores productivos en crisis y muy afectados por la retirada del Estado desde el principio de los años noventa. El impacto social de muchas políticas económicas de tendencia socialista adoptadas desde la década de 1970, los cambios recientes hacia una economía de mercado y la avidez que, tras décadas de aislamiento, hay por casi todo lo que proviene del extranjero explican la fortísima demanda de productos occidentales que hay en la sociedad argelina. El *trabendo*, término de origen italiano que se ha impuesto en el dialecto argelino para referirse al contrabando, está tan generalizado que a principios de los años noventa se llegaron a proponer medidas en el parlamento argelino para legalizar parte de esta actividad.

Desde la década de 1980 todas las fronteras argelinas son zona de paso de productos de consumo extranjeros que a menudo se cuelan con el acuerdo tácito de las autoridades. Argelia está, de hecho, rodeada de zonas donde estas *exportaciones invisibles* son más que evidentes para cualquier observador. Tenemos constancia de la existencia de *trabendo* en casi todas las regiones que tienen frontera marítima, terrestre e incluso aérea con Argelia: en Túnez, en cuya capital existen barrios con mucha dedicación a esta actividad; en Melilla y en la región Oriental de Marruecos, desde donde se comercia con Argelia a pesar de que la frontera está cerrada

desde 1994; en las zonas del sur fronterizas con Malí y Níger; en Alicante; en Marsella; y, en zonas más alejadas pero bien conectadas por vía aérea como los países del Golfo Pérsico, desde donde se importan productos de lujo; o Estambul que, ante las dificultades de obtención del visado para la Unión Europea, atrae un número creciente de *trabendistas*.

En el caso de Alicante este fenómeno es visible durante la mayor parte del año y sobre todo cuando en invierno disminuye el número de argelinos residentes en Europa que disfrutaban de sus vacaciones en sus regiones de origen. Cada vez que viene el barco, entre dos y tres veces por semana en invierno, la estación portuaria y algunas calles del centro de la ciudad se convierten en el escenario de un trasiego de personas y mercancías. En cuanto desembarcan los pasajeros se movilizan y ponen en marcha toda una rutina muy rodada y optimizada de compradores y transportistas. Muchos de ellos embarcarán por la tarde en el mismo barco de regreso a Argelia por lo que vienen con las horas contadas y todos sus movimientos preparados. El desembarco de personas y automóviles se produce con cierta impaciencia, pero en perfecto orden, pues los vehículos vienen estratificados en la bodega del barco. Salen primero los últimos que embarcaron en Argelia, es decir los transportistas que vienen a comprar y luego el resto de los viajeros que por lo general se dirigen a Europa. La frontera se cruza sin demasiados problemas, los Guardias Civiles, buenos conocedores de este tránsito y de sus actores se limitan a controlar los documentos e inspeccionar algunos vehículos, especialmente si llegan cargados.

Contrariamente a lo que sucede en Ceuta o en Melilla, la mayoría de los transportistas trabajan en grupo y se organizan en cuadrillas de hasta cinco o seis personas que vienen con un coche o una furgoneta; cada uno de ellos transportará tantos bultos como pueda. Resulta evidente que muchas de estas cuadrillas vienen con un programa de actividades cerrado y bien supervisado por jefes que controlan todos los aspectos: los precios, las compras, los sueldos, el cambio de moneda, los gastos del viaje. Tras pasar el control acceden al muelle donde a algunos les esperan contactos locales. La mayoría empieza a realizar viajes de ida y vuelta entre los bazares de la ciudad y el puerto provistos de bolsas o de carritos en los que cargan una inmensa diversidad de productos: alfombras, alimentos, ropa de cama y de vestir, recuerdos turísticos, juguetes, productos de limpieza, electrodomésticos, piezas de recambio .

A partir de cierta hora el movimiento se concentra en la sala principal de la estación portuaria donde una parte de los argelinos se dedica al arte de empaquetar la mercancía para que cada persona pueda transportar un máximo de fardos: se desenvuelve, se reordena y se apiña en bolsas más neutras pensando sin duda en el paso de la frontera argelina a la mañana siguiente; mientras, los vehículos que han recorrido los bazares, las fábricas y las grandes superficies de la provincia van llegando, a veces tan abarrotados de todo tipo de productos que apenas dejan espacio para el conductor. A la hora de embarcar, la impaciencia que había por la mañana en cruzar la aduana se torna parsimonia para la desesperación de los guardias portuarios, los demás

coches no tienen entonces ningún problema en pasar los primeros. En estos momentos se distingue la diversidad de actores que participan en estas *exportaciones invisibles*: los “independientes”, que van por su cuenta y trabajan en círculos restringidos; los residentes en Europa que van invariablemente cargados de *regalos* para conocidos y familiares; y los “profesionales” que van en cuadrilla o cargados al límite.

Lógicamente el comercio entre Alicante y Argelia no se limita a estos aspectos ligados a la economía de bazar, existe en paralelo otros movimientos menos llamativos como las exportaciones a mayor escala de *containers* o las curiosas idas y venidas de coches y piezas de recambio. Al haber en Argelia limitaciones a la importación de automóviles extranjeros existe todo un negocio que, en esencia, consiste en traer automóviles viejos, renovarlos por completo (salvo el chasis y la matrícula) con piezas de recambio en desguaces concertados y revenderlos en Argelia donde el parque móvil es mucho más viejo que en España. Esto explica, por ejemplo, que en ese país se puedan ver muchos vehículos españoles entre los que llama la atención el gran número de automóviles Renault 4 que mantienen los antiguos colores de Telefónica.

De este modo vemos como el caso de Alicante que aquí hemos entresacado no es más que un pequeño eslabón dentro de las complejas circulaciones que pone en marcha el *trabendo* establecido en torno a Argelia. Lo importante de Alicante es cómo se conecta en estos circuitos, ya que como vamos a ver en el próximo epígrafe, esta “economía de frontera” está transformando de forma significativa algunas zonas del centro urbano.

El bazar: eje de la circularidad

En los últimos años, el fortísimo crecimiento de la población extracomunitaria está teniendo no sólo repercusiones en el ámbito demográfico o socioeconómico sino también a nivel urbano. La presencia creciente de colectivos extracomunitarios genera una demanda de servicios y productos propios que en los barrios de algunas ciudades se traduce, como existe en numerosas capitales occidentales, por toda una *economía étnica*. En ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia o Almería aparecen tiendas, locutorios, cafés, bares, restaurantes que en su aspecto, sus productos y sus servicios llevan la marca de la reciente inmigración africana, magrebí o latinoamericana y son la parte manifiesta, formal o informal, de esta *economía étnica*.

Entre los negocios visibles de la *economía étnica*, el bazar es sin duda un elemento clave y muy representativo por su papel intermediario en un entorno dinámico e informal. El bazar no es meramente un espacio físico, un lugar en cambio, no es tampoco un mercado típico que está vagamente organizado en términos espaciales en un tipo de lógica concreta en desuso por ser obsoleta. Peraldi (2001), concibe el bazar como un “aire moral” en el cual los actores consiguen

mantener su identidad social. La economía de bazar es pues un tipo social de comercio en el que los objetos, los actos y los servicios adquieren el estatus de producto gracias a una acción interactiva, hasta el punto que el acto de comerciar adquiere dimensiones de naturaleza teatral. Según Appadurai (1985:43) Gertz ha intentado buscar una información fidedigna en el corazón de la institución del mercado, donde el bazar es un arma de doble filo, de la que es difícil obtener un conocimiento adecuado pero que permite también su propia búsqueda. Siguiendo a este autor, el estilo de información que obtenemos del bazar se caracteriza porque la cualidad y la valoración de los productos no están estandarizados.

En la mayoría de los casos estos bazares a los que aquí aludimos no son comercios dedicados a servicios o productos acabados sino que compran directamente a las fábricas y a los almacenes productos a bajo precio (a veces pasados de temporada o defectuosos) para revenderlos al por mayor, con o sin factura, a una clientela comerciante donde destaca, en el caso de Alicante, los exportadores y los vendedores ambulantes. Por lo general, los bazares son locales poco llamativos que no suelen atraer la atención más que en los lugares donde se concentran; algunos incluso no tienen ningún distintivo exterior o está totalmente desfasado (corresponde, por ejemplo, al dueño anterior); no lo necesitan puesto que la clientela es habitual y conocedora del negocio.

En Alicante, a diferencia de lo que se da en otras ciudades, el desarrollo de la *economía étnica* y de los bazares no se debe predominantemente al aumento de la demanda que genera la creciente presencia de inmigrantes extracomunitarios. En este caso hay que tener en cuenta otros factores significativos como el hecho de que es una provincia de evidente vocación turística donde la venta ambulante es muy importante durante el verano y, sobre todo, a la conexión con Argelia a través de la línea marítima regular que une Alicante y Orán. Es así como se configura aquí el bazar como elemento esencial de la multietnicidad contemporánea en la ciudad de Alicante.

Como hemos mencionado anteriormente, la necesidad de productos de consumo occidentales demandados en Argelia explica en gran medida el auge del *trabendo* y la aparición de lugares, en las fronteras de este país y del Magreb, donde funciona una dinámica economía dedicada a las exportaciones hacia Argelia. Alicante ha sido tradicionalmente uno de esos lugares de exportación y con la crisis argelina de los años noventa ha ganado importancia, sobre todo desde que en agosto de 1994 se cerró, tras un conflicto diplomático, la frontera entre Argelia y Marruecos³. Este hecho bloqueó al tránsito legal de personas y productos la ruta que había

³ En agosto 1994 dos turistas españoles murieron en un atentado en Marrakech y las autoridades marroquíes acusaron a Argelia y exigieron el visado a los ciudadanos argelinos, el gobierno argelino reaccionó ante esta medida cerrando su frontera terrestre con Marruecos. Desde entonces y a pesar de los momentos de aproximación y de expectativas, entre los que destaca el fin de la exigencia de visado por parte de Marruecos en julio de 2004, la frontera ha seguido cerrada.

entre España y Argelia pasando por Melilla y la región Oriental de Marruecos, y, transformó Alicante –que es el puerto más meridional de Europa con línea regular hacia Argelia– en una etapa obligatoria dentro del recorrido más rápido y más barato entre Argelia y Europa⁴. Durante la segunda mitad de la década de 1990 Alicante ha sido el acceso a Europa más próximo de Argelia, lo que explica, en gran medida, el incremento del *trabendo* hacia Argelia y de los bazares en el centro de la ciudad. Esta particularidad ligada precisamente a la movilidad y al *trabendo* es una de las características más significativas de la zona de *economía étnica* de Alicante frente a las de otras ciudades donde predominan negocios como locutorios, tiendas y restaurantes dedicados mayoritariamente a una población residente y más estática.

Todas estas dinámicas están teniendo fuertes repercusiones urbanas en el centro de la ciudad y en concreto en un barrio conocido como “el centro histórico o tradicional” donde se concentra la mayor parte de los comercios étnicos de la ciudad. Se trata de un barrio de principios del siglo XIX, en la transición entre la ciudad medieval y la del siglo XX, que fue el centro demográfico y económico de la ciudad hasta la gran expansión de los años sesenta. Actualmente es un barrio muy envejecido que ha sufrido una fuerte degradación desde el principio de la década de 1980, cuando la mayor parte de la actividad económica se fue desplazando hacia otras zonas. Un momento clave de esta evolución espacial se dio cuando en 1989 se inauguró el Corte Inglés. Al igual que en muchas capitales españolas esto reforzó aún más la tendencia al desequilibrio urbano con la revalorización de nuevas zonas y la desvalorización de la parte antigua de la ciudad y muy especialmente del centro histórico. Algunos locales de este degradado barrio fueron traspasados para ser, en un primer momento, bares de una zona de *marcha* y, más tarde, sobre todo en la segunda mitad de la década de 1990, comercios y en particular bazares orientados a la población extracomunitaria. Esta evolución ha dado lugar en el centro histórico a la mayor concentración de comercios étnicos que hay en la ciudad y a la zona donde la presencia inmigrante y en particular magrebí es más visible.

Aunque la mayor parte de los habitantes no residen en el centro histórico, no cabe duda que es un barrio de paso, de todos conocido y muy presente en el imaginario colectivo de la ciudad. La degradación que sufre desde hace décadas constituye un tema extraordinariamente sensible, bastante politizado tanto para el conjunto de la población como para las autoridades y en torno al cual han surgido polémicas seguidas de cerca por los medios de comunicación. La economía de bazares y la visibilidad de los magrebíes están en pleno centro de la polémica debido al temor,

⁴ El tránsito internacional de pasajeros por el puerto de Alicante conoce de hecho un incremento importante a partir de 1994 ya que pasa de 55.885 en 1993 a 75.261 en 1994 y a superar los 100.000 a partir de 1995, según los datos de la autoridad portuaria. La puesta en funcionamiento de un línea regular entre Almería y el puerto argelino de Gha-zaouet en 2002, ha recortado el incremento que se venía dando en el tránsito de pasajeros por el puerto de Alicante desde mediados de la década de 1990.

al malestar y la incomprensión que hay entre los vecinos y las autoridades locales⁵. Se trata de un fenómeno que encuentra numerosos paralelos en otras ciudades que han conocido el desarrollo de la economía de bazares y muy en particular con el caso de Marsella a principios de los años ochenta o con lo que se está dando actualmente en la población alicantina de Crevillente. En Alicante algunos vecinos y comerciantes se han agrupado en una coordinadora que denuncia de la forma más dura robos y supuestas mafias por parte de los magrebíes y, por encima de todo, lo que consideran una débil actuación del Ayuntamiento para enfrentarse a la degradación del barrio y, en concreto, a la pequeña delincuencia callejera y al incumplimiento de los horarios y de las normativas. Sin embargo, se han dado una gran variedad de iniciativas como aumentar la vigilancia policial, despeatonalizar toda la zona o reintroducir actividades como las oficinas del padrón o dependencias universitarias. Además hay que destacar propuestas como alargar la avenida donde se encuentra El Corte Inglés arrasando una hilera de edificios del centro histórico para dinamizar el barrio o el trasladar la estación portuaria a los lejanos muelles de poniente y crear, en aquellos terrenos totalmente exteriores a la ciudad y dependientes de la autoridad portuaria, una zona franca para el comercio con Argelia que, teóricamente, haría innecesarios muchos de los bazares del centro histórico. Todas estas medidas dispares reflejan el malestar y la incomprensión que tienen las autoridades del fenómeno de la inmigración y de la economía de bazares. Entre los símbolos más significativos y que mejor muestra el espíritu de las autoridades sobre la economía de bazares hay que indicar las declaraciones que en junio de 2004 hizo el alcalde de la ciudad mencionando que había que evitar que se abrieran más tiendas *cutres* en el centro tradicional.

Conclusiones

El enfoque teórico inicial común para los dos casos se ha trabajado a partir de un mapa de circulaciones en el Mediterráneo y, sobre todo, de la visualización de un mapa conceptual en un espacio determinado, en unas ciudades específicas que nos sirviesen para articular las circulaciones mediterráneas en un lugar concreto, donde se plasmase el engranaje de migraciones y circulación, economías de frontera y tipos de economía de bazar.

⁵ Algunos titulares de la prensa local ilustran perfectamente el ambiente existente entre algunos vecinos del centro histórico: "Las mafias de inmigrantes de origen magrebí controlan la mayoría de los comercios del centro de Alicante" (*Las Provincias*, 16 de junio de 2001); "Grupos organizados piden dinero a los comerciantes a cambio de protección" (*La Verdad*, 13 de junio de 2001); "Dos policías heridos leves tras ser agredidos por una argelino y rodeados por otros 30 en el centro" (*La Verdad*, 19 de octubre de 2001). En febrero de 2005 surgió una nueva polémica entorno a la nueva conexión Alicante - Orán que ha creado Trasmediterránea desde verano de ese año; varios concejales municipales hablaron de "la amenaza del nuevo barco" y "de las dificultades de convivencia".

En los dos lugares de frontera el comercio de la maleta emerge en un contexto donde hay una gran variedad tipológica de movildades: desde formas asalariadas hasta la inserción de los jubilados, de las formas vinculadas al turismo y al contrabando, del éxodo rural y del retorno, entre otras.

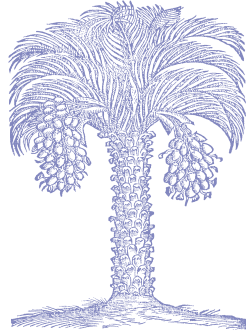
El gran dinamismo de la naturaleza de la movilidad en estos casos hace de estos lugares diferentes. Por ejemplo, Alicante es una ciudad bastante más cosmopolita que las ciudades de su entorno y que las ciudades de su tamaño. La presencia de colectivos extranjeros, como la de turistas genera una economía étnica que ha ocupado el centro histórico de la ciudad. En la actualidad el turismo residencial y las migraciones internas persisten aunque con diferentes características. Sin embargo, este fenómeno se ha visto relegado por la llegada de nuevos colectivos extracomunitarios que generan un economía particular. La perspectiva de las movildades se plasma también en el estudio de una ciudad fronteriza como Tánger, que es al mismo tiempo lugar de paso (puerta de África), sitio de mezcla cultural, de nostalgia del Tánger internacional, pero que hoy se ha convertido también en lugar de espera y aislamiento. Además está dentro de un circuito que muchos jóvenes desean conseguir: vivir entre España y Marruecos, o bien vivir en Marsella con papeles españoles.

A partir de la selección de estos dos contextos y en particular del análisis del negocio de la maleta (mezclado de contrabando y economía de bazares) hemos detectado este espíritu de movilidad, y muchas veces de movilidad circular, tanto de productos como de personas que definen dichos espacios. Por consiguiente el empresariado étnico es también marcadamente circular: mercancías, una circularidad altamente flexible, unos estilos de vida alternados, que se ponen especialmente de manifiesto en el contexto del “negocio de la maleta” entre estas dos ciudades. Así pues, a pesar de no adentrarnos en el fenómeno del empresariado étnico, como si han hecho las contribuciones anteriores, foco principal del libro, aquí nos aproximamos de forma indirecta a éste. Es decir, hacemos hincapié en aquel tipo de procesos contemporáneos que subrayan los cambios en la economía informal, los cambios en los avatares fronterizos y en las formas de circulación transnacional, tanto de personas como de productos, que se evidencian a través de nuestros análisis. Esta aportación supone una pieza más en la comprensión del fenómeno del empresariado étnico en la España mediterránea desde una óptica transnacional.

Si por una parte la circulación de productos entre el enclave de Ceuta, el Marruecos del Norte y el Marruecos del Sur tiene una correspondencia con los circuitos de las migraciones en España, y la circulación de productos en un lugar y otro; por otra, la economía de bazares se conecta también a estas circulaciones. Así, por ejemplo, vemos cómo se articula todo un número de procesos distintos en el caso de Alicante. En la economía de bazares en Alicante se conjugan varios tipos de factores: aspectos actuales y locales (incremento de las minorías extranjeras y de la demanda de lo étnico en nuestras sociedades), internacionales estructurales (crisis en Argelia de productos de consumo), internacionales coyunturales (cierre de la frontera) y aspectos profundamente “enraizados” en el pasado local (relación con Argelia y presencia del turismo).

Bibliografía

- ABU-LUGHOD, J. (1980) *Rabat: Urban Apartheid in Morocco*. Princeton: Princeton University Press.
- ANDERSON, N. (1975) *The American Hobo. An Autobiography*. Leiden: E. J. Brill.
- AZIZA, M. (2004) "Le Nord-Est marocain a l'heure de la mondialisation". Mondialisation et devenir des sociétés au Maghreb et du Sud de la Méditerranée. Université méditerranéenne en sciences sociales. Université Molay Ismail, Meknes, Institut Maghreb Europe, Paris 8. Meknés, 28 Septiembre 2004.
- APPADURAI, A. (1986) "Introduction: Commodities and the Politics of Value", en A. Appadurai, *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-63
- BRAVO NIETO, A. (2000) *Arquitectura y urbanismo español en el Norte de Marruecos*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Obras Públicas y Transportes.
- CASTELLS, M. y PORTES, A. (1989) "World Underneath: the Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy", en A. Portes, M. Castells y L. A. Benton, *The Informal Economy. Studies in Advanced and Less-Developed Countries*. Baltimore: The John Hopkins University Press, pp. 11-37.
- COLOMBO, A. (1998) *Etnografía de un'conomia clandestina. Immigrati Algerini a Milano*. Bologna: Il Mulino.
- BERRIANE, M. y HOPFINGER, H. (1999) *Nador. Petite ville parm i les grandes Tours*: Université François-Rabelais.
- KING, R. (2000) *Sunset Lives: British Retirement Migration to the Mediterranean*, Oxford: Berg.
- PERALDI, M. (2001) "Introduction", en M. Peraldi (dir) *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*. París: Maisoneuve et Larose, Maison méditerranéene des sciences de l'homme, 7-31.
- RIBAS MATEOS, N. (2002) *El debate sobre la globalización*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- RIBAS MATEOS, N. (2004) *Una invitación a la sociología de las migraciones*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- SEMPERE SOUVANNAVONG, J. D. (2000) "El tránsito de argelinos por el puerto de Alicante". *Investigaciones Geográficas*, n.º 24, pp. 111-130.
- SEMPERE SOUVANNAVONG, J. D. (2002) *Los magrebies en la agricultura intensiva del litoral mediterráneo: el Campo de Cartagena (1991-2001)* Tesis doctoral en geografía, Universidad de Alicante.
- TARRIUS, A. (1992) *Les fourmis d'Europe. Migrants riches, migrants pauvres et nouvelles villes internationales*, París: L'Harmattan.
- TARRIUS, A. (1995) *Arabes de France dans l'économie mondiale souterraine*, La Tour-d'Aigues: Ed. de l'Aube.
- TARRIUS A. (2000) *Les nouveaux cosmopolitismes. Mobilités, identités, territoires*, La Tour-d'Aigues: Ed. de l'Aube.



COLABORADORES

Colaboradores

Ángeles Arjona Garrido es licenciada en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad de Granada y doctora en Antropología Social por la Universidad de Almería, profesora de Antropología Social en el Departamento de Ciencias Humanas y Sociales de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de Almería y miembro del Grupo de investigación Laboratorio de Antropología Social y Cultural. Sus principales líneas de investigación son mercado de trabajo, discriminación de género, economía étnica, modelos de integración de los inmigrantes y migraciones de retorno. Es autora del libro *La inmigración y el mercado de trabajo: el caso de la economía étnica en Almería* (2004); y coeditora de *Convivencias entre culturas* (2001), *La integración social de los inmigrantes: modelos y experiencias* (2003) e *Inmigración y derechos humanos* (2004). Además es autora y/o coautora de artículos publicados en revistas especializadas como *Revista Colombiana de Sociología*, *Sociología del Trabajo*, *Revista Antropológica*, *Redes*, *Portularia*, *Foro Hispánico*, entre otras.

Joaquín Beltrán Antolín, antropólogo social, doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid (1996). Profesor Agregado de Estudios de Asia Oriental en la Universidad Autónoma de Barcelona. Miembro del Centro de Estudios Internacionales e Interculturales de la UAB y del Programa Asia de la Fundación CIDOB. Dirige la *Biblioteca de China contemporánea* de Edicions Bellaterra (Barcelona). Codirige con Amelia Sáiz el proyecto de investigación *Comunidades asiáticas en España* para la Fundación CIDOB y el proyecto I + D *Interculturalidad de Asia Oriental* en el Departamento de Traducción e Interpretación de la UAB. Ha publicado en revistas como la *Revue Européenne des Migrations Internationales*, *Asian and Pacific Migration Journal* y numerosos capítulos de libros en EEUU, Francia, Reino Unido, México y España. Es autor de *Los ocho inmortales cruzan el mar. Chinos en Extremo Occidente* (Bellaterra, 2003), *La interculturalitat* (UOC, 2005); y coautor de *Els xinesos a Catalunya* (Alta Fulla, 2001) y de *La presencia china en el mundo* (UOC, 2004).

Mónica Buckley Iglesias, geógrafa. Master en *Economía social y dirección de entidades sin ánimo de lucro* por la Universidad de Barcelona (2002). Ha sido investigadora del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid en temas de inmigración, comercio y espacio urbano (1994-1998). Técnica de Gestión del Proyecto del Centro de Día de Mujeres Magrebíes, *Bayti* (1999-2004). Actualmente es coordinadora y orientadora laboral en el Espacio de Mujeres *Clara Campoamor* en el distrito de Villaverde de Madrid. Socia fundadora de la Asociación *Instituto Mujeres y Cooperación* (desde 1998).

Colectivo Ioé, constituido en 1982 está formado por los sociólogos: Carlos Pereda, Miguel Ángel de Prada y Walter Actis. Ha realizado estudios para distintas instituciones, tanto públicas como de iniciativa social, entre ellas la Fundación Europea de la Ciencia y diversas Direcciones Generales de la Comisión de las Comunidades Europeas, varios Ministerios del gobierno español (Trabajo y Asuntos Sociales, Educación y Ciencia, Sanidad y Consumo) e Instituciones Internacionales (O.I.T., UNESCO). En España, el Colectivo Ioé ha trabajado para el Centro de Investigaciones Sociológicas, el Institut Català de la Mediterrània, diversas comunidades autónomas y ayuntamientos, ONGs (Cáritas, Cruz Roja), sindicatos, escuelas de trabajo social y de animación cultural; Consejo de la Juventud de España y otros consejos regionales; y es colaborador habitual de sociología en diversas universidades españolas y extranjeras. Entre sus trabajos se encuentran *¡No quieren ser menos!. Exploración sobre la discriminación laboral de los inmigrantes en España*, (U.G.T., 2001); *Mujer, Inmigración y trabajo* (IMERSO, 2001); *Inmigración y vivienda en España* (OPI, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2005).

Rafael Crespo Ubero, es historiador y antropólogo. Miembro del Centre d'Estudis Africans. Ha centrado su investigación sobre las migraciones sursaharianas y las relaciones entre Europa y África Negra. En la actualidad trabaja sobre el asociacionismo sursahariano en Cataluña y las dinámicas que vinculan “migraciones y desarrollo” a través del codesarrollo. Entre sus publicaciones señalamos “Asociacionismo negroafricano en una región de la Unión Europea. Dinámica comunitaria y espacios de participación sociopolítica” *STUDIA AFRICANA*, nº. 10, (1999); “Asociacionismo africano en Europa: El caso de Cataluña” en *África hacia el siglo XXI*, Actas del II Congreso de Estudios Africanos del Mundo Ibérico, Casa de África, Madrid (2001); “Una visión intercultural de las condiciones, condicionantes y riesgos en torno al desarrollo” en *Codesarrollo: planteamientos y perspectivas*, Pagesos Solidaris, Barcelona (2002).

Aurelio Díaz, Profesor Titular de la Universidad Autónoma de Barcelona, es antropólogo y se ha dedicado desde 1985 a la investigación aplicada en áreas del bienestar social, trabajando para diferentes Administraciones y Organismos Internacionales. Fue responsable de investigación de

un laboratorio de sociología vinculado a una Universidad privada (1985-1994). Investigador principal de un proyecto internacional de la Organización Mundial de la Salud (1993-1995) sobre drogas y salud pública. En este mismo campo, ha dirigido el “Observatorio de nuevos consumos de drogas entre los jóvenes de Cataluña” (1998-2004). Actualmente es subdirector del Grupo de Investigación en Antropología Fundamental y Orientada (GRAFO) del Departamento de Antropología Social y Cultural de la UAB. Coautor de *The lines of success? A study on the nature and extent of cocaine use in Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 1992) y de *Lines across Europe. Nature and extent of cocaine use in Barcelona, Rotterdam and Turin* (Lisse, Swets and Zeitlinger, 1993) y autor único de *Hoja, pasta, polvo y roca. El consumo de los derivados de la coca* (Servei de Publicacions de la UAB, 1998).

Alejandro Goldberg, doctor y máster en Antropología de la Medicina por la Universidad Rovira i Virgili. Desde 1999 ha participado en distintas investigaciones a nivel europeo sobre procesos migratorios internacionales, especializándose sobre todo en el campo de la salud. Ha sido profesor invitado en la UIC y la URLL (España) y en las universidades de Torino y Génova (Italia). Actualmente, imparte docencia en las universidades de Buenos Aires, Quilmes y La Plata (Argentina), y es investigador del Grup IGIA de Barcelona y del Instituto de Ciencias Antropológicas de la UBA. Asimismo, es colaborador externo del Grupo de Investigación en Antropología Social de la URV y asesor ad honorem en atención a la población inmigrante del Servicio de Pediatría del Hospital del Mar de Barcelona y del Hospital Garrahan de Buenos Aires.

Yolanda Herranz Gómez es licenciada en Filosofía y doctora en Antropología Social por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha realizado su tesis doctoral sobre las diversas formas de incorporación laboral de los colectivos latinoamericanos en distintos contextos donde incluía el análisis de la formación de empresariados en sectores económicos muy diferentes. Sus publicaciones en relación a la inmigración laboral se encuentran en contribuciones a libros sobre las migraciones en los procesos contemporáneos de globalización y en diversas revistas especializadas como *Ofrim*, *Migraciones* o *Relaciones Laborales*. Trabaja en la enseñanza secundaria y pre-universitaria como profesora de Filosofía y está interesada en la educación para la igualdad y el respeto a la diversidad.

Ivan Light es profesor de Sociología en la Universidad de California, Los Angeles. Autor de numerosos artículos y libros sobre inmigración, empresariado y sociología urbana. Entre sus obras destaca *Ethnic Enterprise in America* (University of California, 1972); *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles* (University of California, 1988, en colaboración con Edna Bonacich);

Immigration and Entrepreneurship (Transactions Publishers, 1993, en colaboración con Parminder Bhachu); *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America* (Aldine de Gruyter, 1995; en colaboración con Carolyn Rosenstein); y *Ethnic Economies* (Academic, 2000; en colaboración con Steven Gold). Su última obra es *Deflecting Immigration: Networks, Markets, and Regulation in Los Angeles* (Russell Sage Foundation, 2006).

José Luis Molina es antropólogo y especialista en redes sociales. Profesor Titular de la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigador principal del Laboratorio de Redes Personales (www.egoredes.net) del Departamento de Antropología Social y Cultural de la UAB, desarrolla su investigación sobre los cambios que se producen en las redes sociales de diferentes colectivos en Europa y América cuando se trasladan. Cómo área geográfica de interés centra su trabajo en la Europa del Sureste. También es editor de *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales* (<http://revista-redes.rediris.es>) y moderador de la lista de distribución *REDES*. Es autor de *El análisis de las redes sociales. Una introducción* (Bellaterra, 2001) y coeditor de *Abriendo surcos en la tierra. Ensayos de antropología aplicada* (Servei de publicacions UAB, 2002), entre otras muchas obras.

Jordi Moreras, licenciado en Antropología Social por la Universidad Autónoma de Barcelona (1990) y Master en Estudios Euro-Árabes por la Universidad de Girona (1993). Coordinador del Área de Migraciones de la Fundación CIDOB entre 1995 y 2001, y responsable de estudios de la Secretaría de Asuntos Religiosos de la Generalitat de Cataluña. Desde 2004 dirige la Consultoría *Tr[à]nsits*, especializada en temas de inmigración. Es autor de *Musulmanes en Barcelona: espacios y dinámicas comunitarias* (Fundación Cidob, 1999), e *Imams d'Europa. Les expressions de l'autoritat religiosa islàmica* (Instituto Europeo del Mediterráneo, 2005; edición coordinada con Gemma Aubarell). Sus líneas de investigación se centran en el estudio de las comunidades musulmanas en Cataluña y en Europa, de las expresiones religiosas en contexto de inmigración, de la antropología de las sociedades musulmanas y de la antropología urbana en contextos multiculturales.

Laura Oso Casas es doctora en Sociología por la Universidad de La Sorbona (2002) y por la Universidad de A Coruña (1997). Profesora Titular de Sociología en la Universidad de A Coruña, donde viene desarrollando su labor docente e investigadora desde hace más de diez años. Ha sido consultora para diversos organismos internacionales (OCDE, UE, INSTRAW-ONU). Su trabajo de investigación se ha orientado fundamentalmente al estudio de inmigración femenina. Entre sus principales publicaciones cabe destacar *La migración hacia España de mujeres jefas de hogar* (Instituto de la Mujer, 1998) y *Españolas en París* (Bellaterra, 2004).

Natalia Ribas Mateos, doctora en Sociología por la Universidad Autónoma de Barcelona (1996). Investigadora postdoctoral TMR (Training and Mobility of Researchers) de la Unión Europea hasta el año 2000 (estancias de investigación en Grecia, Italia y Portugal). Profesora del departamento de Sociología de la UAB e investigadora en la UAB (centros CEDIME y CEII) hasta el año 2001. Investigadora visitante en la Universidad de Chicago (verano 2001). Investigadora postdoctoral Marie Curie (Sussex Centre for Migration Research, University of Sussex, 2001-2003). En la actualidad es investigadora Marie Curie en el Laboratorio Mediterráneo de Sociología (CNRS). Sus publicaciones individuales más recientes son *El debate sobre la globalización* (Bellaterra, 2002), *Una invitación a la sociología de las migraciones* (Bellaterra, 2004) y *The Mediterranean in the Age of Globalization. Migration, welfare and borders* (Transaction Publishers, 2005) y está preparando una monografía sobre Tánger como ciudad-frontera.

Juan David Sempere Souvannavong, profesor Titular de Escuela Universitaria (2003) en el Departamento de Geografía Humana en la Universidad de Alicante. Su Memoria de Licenciatura de 1997 trató sobre las migraciones inducidas por la descolonización de Argelia en Alicante. En 1998 realizó un DEA (Diplôme d'Études Approfondies) sobre migraciones internacionales en el laboratorio Migrinter de la Universidad de Poitiers y en 2002 defendió su tesis sobre los marroquíes de la región Oriental de Marruecos en la agricultura del Campo de Cartagena. Sus investigaciones abordan el estudio de la población y de las migraciones (circulación migratoria, relaciones interétnicas) centrándose especialmente en el Magreb y en Argelia. Es autor de un libro, de una docena de artículos y capítulos de libro y coautor de dos capítulos de libros. Ha participado en diversos proyectos de investigación en el departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante; en el Centre Jacques Berque de Rabat y en el laboratorio Migrinter de la Universidad de Poitiers.

Colección Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración

Títulos publicados

1. **Desarrollo y pervivencia de las redes de origen en la inmigración marroquí en España.** Hacia la actualización del “Atlas de la inmigración magrebí en España. Taller de Estudios Internacionales Mediterráneos (TEIM).
2. **Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España.** Un estudio sobre el terreno.
Rosa Aparicio y Andrés Tornos.
3. **Las dos caras de la inmigración.**
Juan Díez Nicolás.
4. **Consumo y ocio de los inmigrantes latinoamericanos en España.** Un acercamiento desde la perspectiva cualitativa.
Cristina Santamarina.
5. **Bases sociales de los sucesos de Elche de septiembre de 2004.** Crisis industrial, inmigración y xenofobia.
Lorenzo Cachón Rodríguez.
6. **Inmigrantes en el barrio.** Un estudio cualitativo de opinión pública.
Carmen González Enríquez y Berta Álvarez-Miranda.
7. **Inmigración y vivienda en España.**
Colectivo IOÉ.
8. **Hijos de inmigrantes que se hacen adultos: marroquíes, dominicanos, peruanos.**
Rosa Aparicio y Andrés Tornos.

9. **Nacionalidad de los hijos de extranjeros nacidos en España.** Regulación legal e interpretación jurisprudencial sobre un análisis de datos estadísticos de los nacidos en territorio español durante el periodo 1996-2002.
Aurelia Álvarez Rodríguez y Observatorio Permanente de la Inmigración.
10. **La movilidad laboral y geográfica de la población extranjera en España.**
Pablo Pumares Fernández, Arlinda García Coll y Ángeles Asensio Hita.
11. **Senegaleses en España. Conexión entre origen y destino.**
Mercedes Jabardo Velasco.



Los trece artículos que dan unidad y coherencia a *Empresariado étnico en España* son el resultado de las colaboraciones aportadas por catorce científicos sociales en un seminario organizado por la Universidad Autónoma de Barcelona y abarcan aspectos teóricos, geográficos, de perspectiva de género, movilidad social, así como su incidencia en el capital social y cultural de los inmigrantes; con investigaciones específicas sobre algunas ciudades españolas (Almería, Barcelona y Madrid), y colectivos nacionales concretos (chinos, senegaleses, etc.), intentando compaginar las aportaciones teóricas y metodológicas con los estudios concretos de colectivos nacionales y en lugares perfectamente delimitados.

Esta coedición con la Fundació CIDOB para la publicación de contrastadas aportaciones teóricas y de novedosas técnicas de aproximación empírica pretende contestar a las preguntas básicas sobre empresarios de origen extranjero, describiendo los mecanismos internos de un hecho social visible en el centro de algunas ciudades españolas, cuyos antecedentes son elocuentes en Estados Unidos y el norte de Europa y de cuya comparación se extraen enseñanzas y conclusiones.



SECRETARÍA DE ESTADO
DE INMIGRACIÓN Y
EMIGRACIÓN

OBSERVATORIO PERMANENTE
DE LA INMIGRACIÓN

ISBN: 84-8417-224-4



9 788484 172246