

Empresariado étnico en España.

Un campo de estudio para el empresariado étnico en España.
Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas

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 Moreiras 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 Mojonera, 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 loé, 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.