

El autoempleo de las trabajadoras inmigradas. ¿Una alternativa a la discriminación laboral?

Carlota SOLÉ

Departamento de Sociología. Universidad Autónoma de Barcelona
carlota.sole@uab.es

Sonia PARELLA

Departamento de Sociología de la UAB
sonia.parella@uab.es

Amado ALARCÓN

Área de Sociología de la Universidad Rovira y Virgili
amado.alarcon@urv.net

Recibido: 17-9-07

Aceptado: 24-10-08

RESUMEN

El presente artículo se aproxima, desde una perspectiva de género, a los factores motivacionales que contribuyen a explicar el autoempleo entre las mujeres inmigrantes residentes en España, muchas de ellas tras desarrollar largas trayectorias laborales como asalariadas, principalmente en el servicio doméstico y en otras actividades que tienen que ver con la reproducción social. El artículo analiza los factores que permiten enmarcar la creciente proclividad hacia el autoempleo por parte de las mujeres inmigradas, procedentes de países no comunitarios. Además de identificar y clasificar cuáles son estos factores, se pretende mostrar de qué modo intervienen a la hora de explicar los emprendimientos de las mujeres inmigrantes, a través de la entrevista en profundidad como técnica de recogida de los datos.

Palabras clave: Migración femenina, Mujeres empresarias de origen inmigrante, Negocios étnicos

Self-employment of migrant women. An alternative to labour discrimination?

ABSTRACT

This paper analyzes, from a gender perspective, the motivations on the burgeoning development of non-comunitarian migrant women business in Spain. These women decide to become entrepreneurship after long labour trajectories mainly at the domestic service and other labour activities connected with social reproduction and care. We link these activities both to the role of the social networks of immigrants themselves and to the conditioning factors of the economic structures of the host society. The main objective is to study, through qualitative interview technique, if the entrepreneurial decision is a reaction to their marginal position on the labour market, in terms of wages, labour conditions and social status; as well as a reaction to their frustration once they realize labour mobility is difficult.

Key words: Female migration, Entrepreneur immigrant women, Ethnic entrepreneurship

REFERENCIA NORMALIZADA

Solé, C., Parella, S., Alarcón, A., (2009). El autoempleo de las trabajadoras inmigradas. ¿Una alternativa a la discriminación laboral?. Cuadernos de Relaciones Laborales, Vol. 27, núm. 1, 2009.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Objetivos y cuestiones metodológicas. 3. La investigación sobre empresariado de origen inmigrante desde una perspectiva de género. 4. Motivaciones que conducen a las mujeres inmigrantes al emprendimiento. Análisis de resultados. 4.1. El “enfoque de la desventaja”: la vía empresarial como estrategia para superar los obstáculos derivados del género y de la condición de inmigrantes en la sociedad receptora. 4.2. La vía empresarial como respuesta a las “estructuras de oportunidades” favorables en la sociedad receptora. 4.3. La vía empresarial como estrategia de continuidad profesional. 4.4. La vía empresarial como consecuencia de la cultura emprendedora y de los “recursos de clase”. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

1. Introducción

El autoempleo de la población de origen inmigrante pone de manifiesto que la inmigración, lejos de tratarse de una categoría social homogénea, es diversa en cuanto a proyectos, situaciones y condiciones sociales (Aramburu, 2002). A pesar de la experiencia relativamente corta de España como sociedad receptora de inmigración extranjera, la proliferación e implantación de iniciativas empresariales a cargo de extranjeros residentes es un fenómeno en pleno auge, que está transformando fisonómicamente y productivamente nuestras ciudades y nuestra economía, sobre todo en los últimos años. El crecimiento y consolidación del autoempleo entre la población inmigrante es un fenómeno relativamente reciente, que coloca España en las dinámicas que ya han empezado a experimentar mucho antes las sociedades con más tradición como receptoras de flujos migratorios internacionales (Estados Unidos, Francia, Países Bajos, etc.).

El autoempleo de la población inmigrante evidencia la capacidad de la inmigración de constituir, por sí misma, una fuente de creación de riqueza y de empleo. Se trata de una realidad que complejiza el imaginario social sobre los inmigrantes, generalmente conceptualizados como mano de obra asalariada poco cualificada; al poner de manifiesto el papel que pueden asumir como actores clave en los flujos económicos (importación de capital), de capital humano (habilidades y conocimiento) y relacionales (recursos étnicos, vínculos transnacionales, etc.) (Solé, Parella y Cavalcanti 2007). Los negocios regentados por personas de origen inmigrante están transformando el contexto urbano y económico de nuestras ciudades. Se trata generalmente de pequeños negocios de base familiar. Empiezan a proliferar durante la década de los 1990 sobre todo en barrios con una marcada concentración de población extranjera, haciéndose más perceptibles durante los últimos años. A pesar de que la creación de empresas por parte de los inmigrantes es un fenómeno en plena expansión, que está modificando productiva y fisonómicamente nuestra sociedad, son pocas las

investigaciones que abordan el estudio de estas iniciativas empresariales¹. Siendo incipiente la literatura sobre empresariado de origen inmigrante, aún son más escasos los estudios sobre el papel de la mujer inmigrante como emprendedora (Oso y Villares, 2006; Beltrán, Oso y Ribas, 2006), así como sobre la mujer autóctona que trabaja por cuenta propia (Escobar, 2005).

Los inmigrantes no comunitarios que quieren establecerse por cuenta propia en España precisan de una autorización específica para poder iniciar su actividad. En el momento de solicitar el permiso de trabajo y residencia por cuenta propia, la forma más corriente de inscripción en el régimen de la Seguridad Social que puede adoptar el empresario es el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Los datos sobre trabajadores afiliados a este régimen son sólo una aproximación al autoempleo de los extranjeros. Por un lado, hay personas que son autoempleadas y no se han dado de alta como autónomos, operando en diferentes ámbitos de la economía sumergida. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la obtención de la condición de trabajador autónomo, si bien es un requisito legal para ejercer como empresario, no siempre cumple el uso para la cual se supone que se obtiene².

Otra aproximación a la realidad de los empresarios extranjeros nos la proporcionan los datos de personas extranjeras afiliadas en base a la dependencia laboral: cuenta ajena y cuenta propia. La primera categoría se refiere a los trabajadores asalariados contratados por una empresa; mientras que la segunda aglutina a los trabajadores autoempleados. En este sentido, no debe confundirse a los trabajadores por cuenta propia con los trabajadores autónomos. Estos últimos suponen una cifra inferior a los primeros³. Tal diferencia se explica por el hecho de que la Seguridad Social incluye como trabajo por cuenta propia no sólo a los trabajadores autónomos, sino también a los empleados en el servicio doméstico que trabajan por su cuenta y cotizan a la Seguridad Social (servicio doméstico discontinuo). Por consiguiente, desde una dimensión de género, la mayor incidencia del empleo por cuenta propia entre las mujeres inmigradas se explica por el hecho de estar ocupadas en el empleo doméstico y ser ellas y no sus empleadores quienes pagan las cuotas (cuenta propia). En estos casos, lejos de poder interpretarse como autoempleo, se trata de una modalidad de trabajo asalariado que aparece como cuenta propia debido a las especificidades que presenta el régimen especial de empleados de hogar de la Seguridad Social (Parella y Cavalcanti, 2008).

¹ Arjona y Checa (2005a, 2005b, 2006). Para el caso de Cataluña, ámbito territorial al que se restringe esta investigación, véanse Moreras (2002), Solé y Parella (2005) y Serra (2006)

² Así lo pone de manifiesto el fenómeno de los denominados "falsos autónomos"; a saber, trabajadores que son requeridos para darse de alta en el registro por parte de sus patrones, con el objeto de ahorrarse tasas y cotizaciones en calidad de asalariados. En la práctica, estos trabajadores, desde relaciones puramente mercantiles, actúan como trabajadores asalariados a todos los efectos

³ En base a los datos a enero de 2008, se contabilizan un total de 272.569 trabajadores por cuenta propia y de 227.074 afiliados al RETA (Pajares, 2008)

2. Objetivos y cuestiones metodológicas

Este artículo realiza una incursión, desde una perspectiva de género, en los factores que permiten enmarcar y comprender la creciente proclividad hacia el autoempleo por parte de las mujeres inmigradas, procedentes de países no comunitarios. Muchas de ellas optan por establecerse laboralmente por cuenta propia, tras largas trayectorias laborales como asalariadas principalmente en el servicio doméstico (Colectivo IOÉ, 2001). Se trata de identificar cuáles son estos factores y de qué modo intervienen a la hora de explicar los emprendimientos de las mujeres inmigrantes

Tal y como pone de manifiesto M. Morokvasic (1991), los interrogantes clave al abordar el estudio de las mujeres inmigrantes que trabajan por su cuenta son: i) saber cómo acceden las mujeres inmigrantes al autoempleo y cuáles son los principales beneficios para ellas; ii) comparar las oportunidades para acceder al autoempleo entre inmigrantes varones y mujeres; iii) averiguar si el cambio de estatus de la mujer que deviene empresaria trae consigo o no un cambio en las relaciones de género. A lo largo de estas páginas nos vamos a ocupar del primero de los tres interrogantes, los factores motivacionales que explican el autoempleo entre las mujeres inmigrantes, a través de la entrevista en profundidad como principal técnica de recogida de información. Se trata de averiguar hasta qué punto la estructura de oportunidad que las inmigrantes encuentran en la sociedad receptora influye en la decisión de optar por el autoempleo, a partir de condicionantes de género. Por ello, nos proponemos contrastar empíricamente si las distinciones de género influyen en los tipos de motivaciones que hay detrás de las estrategias empresariales de las mujeres inmigrantes (Thomsen, 2005). En este sentido, las iniciativas de autoempleo de las mujeres inmigradas extracomunitarias pueden ser una respuesta a la posición marginal que ocupan en el mercado laboral, en términos de ingresos, condiciones laborales, reconocimiento social y segregación laboral –quedando recluidas, principalmente, en el servicio doméstico, la hostelería y en otras actividades relacionadas con la reproducción social- y ante las escasas oportunidades de movilidad laboral que constatan una vez en la sociedad receptora en calidad de asalariadas, con relativa independencia de cuál sea su nivel educativo. Asimismo, desde la perspectiva de los condicionantes de género, puede deberse a la necesidad de las mujeres inmigrantes de acceder a mayores cotas de flexibilidad a la hora de simultanear el empleo remunerado con el cuidado de los hijos, en el contexto de un mercado de trabajo que les ofrece empleos asalariados caracterizados por las largas jornadas laborales y la rigidez en la gestión de dichas jornadas.

La acotación territorial de la investigación se ciñe principalmente en el Área Metropolitana de Barcelona y el Área Metropolitana de Madrid. En la investigación se ha optado por un diseño metodológico cualitativo, que nos ha permitido acceder a las trayectorias, experiencias y motivaciones de las mujeres autoempleadas. La técnica de recogida de datos empleada es la entrevista en profundidad. Se han llevado a cabo 25 entrevistas en profundidad durante el periodo junio-diciembre de 2006, a partir de un

guión semiestructurado. Las mujeres entrevistadas han sido seleccionadas teniendo en cuenta la variedad y la tipicidad en cuanto al área o país de origen de procedencia y la actividad de la empresa 4.

Para la realización de las entrevistas, las temáticas abordadas por el entrevistador se han ajustado al contexto y a las características y circunstancias de las mujeres entrevistadas. La información generada a través de las entrevistas ha sido tratada mediante el análisis de contenido categorial temático. El análisis de datos ha consistido en la organización conceptual de la información producida durante la realización del trabajo de campo, en base a categorías significativas, priorizando el contenido de estas categorías y su interpretación, en detrimento de las frecuencias de los códigos.

3. La Investigación sobre empresariado de origen inmigrante desde una perspectiva de género

La literatura científica sobre negocios étnicos se ha focalizado principalmente en la forma cómo los inmigrantes y los miembros de minorías étnicas crean formas de incorporación laboral alternativas a la condición de asalariados, a través del uso de sus vínculos étnicos como recursos para hacer frente a las situaciones de racismo, explotación y discriminación. Se trata de una rica corriente de estudios teóricos y empíricos elaborados en Estados Unidos y Europa⁵, en los que se han ignorado tanto la perspectiva de género como las implicaciones de las étnicamente variables relaciones sociales patriarcales dentro de la familia (Phizacklea, 1988).

⁴ Por nacionalidades, configuran la muestra un total de 15 mujeres procedentes de América del Sur (principalmente ecuatorianas, peruanas, argentinas y colombianas), 3 originarias de países de la Europa del Este (Rumana, Bulgaria y Croacia), 2 empresarias marroquíes, 2 emprendedoras de países caribeños (República Dominicana y Cuba) y 1 mujer china. En cuanto al tipo de actividad del negocio, la muestra recoge 6 negocios en el sector de la hostelería, 6 profesionales liberales (odontólogas, asesoras jurídicas, etc.), 4 establecimientos de venta de productos diversos (comestibles, ropa, bisutería, etc.), 2 locutorios, 2 emprendimientos en el sector del textil y la confección, 2 empresas de diseño gráfico, 2 empresas especializadas en servicios domiciliarios de limpieza y cuidado de personas y 1 ONG.

⁵ Para el caso norteamericano, podemos distinguir tres grandes teorías. En primer lugar, las teorías de carácter étnico-cultural -teorías culturales-, que ponen el énfasis en la afinidad entre las características culturales y el éxito empresarial. En segundo lugar, las teorías que identifican el auge de los negocios étnicos como consecuencia directa de factores contextuales de la sociedad receptora, entre los que destacan las desventajas que afectan a los inmigrantes en su inserción en el mercado de trabajo. Una tercera aproximación, el “modelo integrador”, se centra en la interacción entre los recursos internos de los distintos grupos – recursos de clase y recursos étnicos- en función de las estructuras externas de oportunidades. Con la consolidación del asentamiento de poblaciones inmigradas en Europa, los países europeos empiezan a constatar el crecimiento del autoempleo de los inmigrantes y de las minorías étnicas. Los modelos teóricos procedentes de Estados Unidos constituyen el punto de partida, pero no siempre se adecúan a los condicionantes europeos (Light, 2006). Es por ello que en Europa se elabora la teoría de la “incrustación mixta” –*mixed embeddedness*-, concepto acuñado por Kloosterman (1996), que intenta superar las limitaciones del enfoque integrador cuando se aplica al contexto europeo.

Ciertamente, este “olvido” puede atribuirse a la escasa repercusión académica que ha tenido la migración femenina en general durante los años 1970 y 1980, pese a su importancia en términos cuantitativos; así como a la falta de reconocimiento y a la invisibilidad del trabajo de las mujeres (Hillman, 1999). En este sentido, se ignora el hecho de que son cada vez más las mujeres inmigradas que inician trayectorias laborales emprendedoras; sin olvidar que las relaciones sociales patriarcales son las que hacen viables muchos negocios étnicos regentados por hombres (sobre todo los más intensivos en fuerza de trabajo, que habitualmente se sirven del trabajo no remunerado de las mujeres). Efectivamente, dentro de los negocios étnicos no sólo intervienen las lealtades de clase; sino que las diferencias de género también son utilizadas en beneficio de la explotación del factor trabajo.

Pese a que los negocios étnicos suelen percibirse como un proyecto familiar, Phizacklea (1988) afirma que los grupos étnicos no constituyen una *happy family* (“familia feliz”), en el sentido de tratarse de una comunidad sin conflicto de intereses en su seno. Lejos de ser así, dentro de los grupos se establece una distribución de los recursos con una clara base de género. Muchos estudios actuales enfatizan que el trabajo no remunerado es consustancial a la supervivencia de muchos de estos negocios, especialmente entre determinados colectivos, como por ejemplo los coreanos o los chinos (Light y Bonacich, 1988). Sin embargo, siempre que la literatura se refiere al papel que juegan los recursos familiares en calidad de garantes de fuerza de trabajo barata y gratuita, en el fondo se usa un eufemismo de “mujeres” (Hillman, 1999:269). La explotación de la fuerza de trabajo femenina por parte de los negocios étnicos ha sido considerada, por autoras como Anthias (1992), una fase indispensable en el proceso de consolidación de un tejido empresarial dentro de las minorías étnicas. Esto es así especialmente para aquellos negocios intensivos en fuerza de trabajo y regentados por grupos étnicos caracterizados por estructuras que favorecen el acceso de las mujeres al trabajo remunerado bajo el control de mecanismos patriarcales.

Poco se sabe sobre la función y las motivaciones que tienen las mujeres a la hora de optar por el autoempleo como posible estrategia para huir de los constreñimientos que les impone el mercado de trabajo asalariado. Las motivaciones empresariales de las mujeres inmigrantes las podemos interpretar a la luz de la clasificación *Push/Pull* (Feeser y Dugan, 1989; Duchéneaut y Orhan, 2000; Orhan, 2005). Los factores *push* motivan a las personas a establecerse por su cuenta no tanto por una opción personal, sino como resultado de la necesidad, generalmente como consecuencia de la falta de ingresos, la insatisfacción ante las oportunidades laborales que ofrece el mercado general (asalariado), el desempleo o la dificultad de encontrar empleo. Los factores *pull*, en cambio, se basan en el potencial de atracción que tiene para las personas el hecho de disfrutar de autonomía laboral y aspirar a un futuro más próspero, en términos de ingresos, independencia, control del propio destino, ambición, inconformismo, logro de estatus social, poder, contribución a la mejora de la sociedad, etc. Los factores *pull* tienen más que ver con el denominado “espíritu empresarial” como principal motor para el establecimiento de un negocio propio.

Respecto a los factores *push*, la rígida etnoestratificación a la que se relega a los inmigrantes en las sociedades receptoras, favorece el potencial económico de la

solidaridad étnica como una estrategia de movilidad laboral ascendente. En un mercado de trabajo segmentado bajo criterios étnicos, la precariedad y los procesos de discriminación laboral que concentran a los trabajadores inmigrantes en determinados nichos laborales –con independencia de sus características individuales–, genera en muchos trabajadores y trabajadoras una fuerte motivación para instalarse por cuenta propia, como mecanismo para conseguir estabilidad laboral y aspirar a la movilidad social ascendente. De ese modo, para el caso español, la opción de abrir un negocio obedece principalmente a la estrategia de abandonar las posiciones marginales en la estructura ocupacional (Solé y Parella, 2005). Establecer un negocio propio es un proyecto factible para muchas personas (por ejemplo, para algunas mujeres), con niveles educativos elevados y con la intención de asentarse, de forma más o menos permanente, en la sociedad receptora. Se trata de personas que no se conforman con las posiciones laborales que les asigna el proceso de etnoestratificación del mercado general.

Desde esta perspectiva, pues, los factores estructurales determinan los negocios regentados por inmigrantes. Por un lado, la situación de exclusión del mercado formal de los inmigrantes (a saber, paro permanente, falta de fluidez en el idioma de la sociedad receptora, niveles educativos bajos, discriminación laboral, etc.). Por otro, se enfatiza la proliferación de oportunidades económicas en torno a los pequeños negocios en los escalafones más bajos de la estructura ocupacional. Dichas oportunidades engloban las “vacantes” que se crean por el abandono de los empresarios autóctonos; el declive de la producción en masa, a gran escala, y la búsqueda de medios más flexibles y eficaces para organizar la producción industrial (trabajo industrial a domicilio, por ejemplo); la expansión de mercados no saturados en los denominados servicios “post-industriales” (Sassen, 1991) (como los servicios poco cualificados vinculados a la reproducción social –limpieza o el cuidado de personas–). Se favorece así la rentabilidad de las pequeñas empresas y la posibilidad de que los inmigrantes establezcan sus propios negocios. Son varias las investigaciones que ponen de relieve que 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 como alternativa a las oportunidades de empleo precario no cualificado en el sector servicios (Blaschke, 1990; Marie, 1992; Rath y Kloosterman, 2000).

Hay estudios que remarcan el hecho que, para el caso de las mujeres, son las motivaciones que tienen que ver con los factores *push* las que adquieren mayor predominancia, a tenor de su posición desigual en el mercado de trabajo, la inconsistencia de estatus y su sentimiento de frustración laboral ante el tipo de trabajo que les ofrece el mercado general y las escasas oportunidades de movilidad laboral de carácter ascendente (Hisrich y Brush, 1985; Stokes et. al. 1995). Ello se debe a que el mercado de trabajo de la sociedad receptora ofrece un reducido abanico de oportunidades laborales a las mujeres extranjeras, que se concentran principalmente en tareas relacionadas con la reproducción social –sobre todo, el servicio doméstico– así como en los servicios poco cualificados, tanto si se trata de economía formal como sumergida y que resulta del proceso de etnoestratificación del mercado de

trabajo de los países receptores. Estos “servicios de la reproducción” se “desfamiliarizan” y se trasladan paulatinamente al mercado de forma paralela a su etnización (Anderson, 1999, 2000; Catarino y Oso, 2000; Castelló, 2008).

Esta pauta se pone de manifiesto al analizar las estadísticas sobre extranjeras afiliadas a la Seguridad Social y en los estudios de carácter más cualitativo que se han realizado sobre mujer inmigrante y mercado de trabajo (Colectivo Ioé, 2001; Parella, 2003). Ante las escasas posibilidades de abandonar este “nicho laboral”, el autoempleo se convierte en la principal estrategia de movilidad laboral a su alcance para abandonar el servicio doméstico y acceder a una mayor autonomía laboral, además de estatus social. Las duras condiciones de trabajo que predominan en el servicio doméstico, la desprotección jurídica y el imaginario servil que lo caracterizan, convierten este trabajo en poco atractivo también para las mujeres inmigradas que ya cuentan con cierto tiempo de asentamiento en la sociedad receptora; así como también para aquellas mujeres con elevado nivel educativo que han realizado actividades profesionales cualificadas en sus respectivos países de origen (Solé y Parella, 2005).

Otro factor *push* que muestran los estudios empíricos desde una perspectiva de género, es el hecho de aspirar a tener un negocio propio como estrategia de conciliación de la vida laboral y familiar. En un contexto de carencia de corresponsabilidad masculina en la esfera doméstica y familiar -en la que las mujeres, a través de la doble “presencia”, asumen la mayor parte del trabajo reproductivo-, trabajar por cuenta propia supone para muchas de ellas el único camino para lograr mayor flexibilidad horaria y poder atender de forma más cómoda y con menos costes personales y profesionales las múltiples responsabilidades (estrés, despidos, imposibilidad de promoción).

Si la investigación en España ha desarrollado pocos estudios sobre empresariado inmigrante en general, la situación de las mujeres inmigradas emprendedoras es todavía más desconocida. Sin embargo, cabe mencionar dos investigaciones que, de forma pionera, han abordado esta cuestión en España: en primer lugar, un estudio sobre las mujeres extranjeras con negocio propio realizado por el Colectivo Ioé (2001, 2006), en el marco de una encuesta más amplia a trabajadoras de origen inmigrante en España. En segundo lugar, un reciente estudio -financiado por el Instituto de la Mujer-, sobre el empresariado étnico como estrategia de movilidad social para las mujeres inmigradas en España (Oso y Ribas, 2004; Oso y Ribas, 2006). El interés de ambos estudios radica en el hecho de constatar que la vía emprendedora constituye una alternativa de movilidad social y de salida de los sectores laborales clásicos reservados a las mujeres inmigradas, como la limpieza, el cuidado de niños y ancianos, la hostelería o el trabajo sexual. Sin olvidar que otro de los condicionantes que recogen estos estudios es que establecerse por cuenta propia sirve a muchas mujeres para gestionar mejor su tiempo de trabajo.

Según los resultados del estudio realizado por el Colectivo Ioé (2001), el acceso al trabajo por cuenta propia se produce, principalmente, a partir del ahorro acumulado

en trabajos anteriores, seguido por la cualificación profesional (psicólogas, odontólogas, profesionales de la medicina) y por el patrimonio familiar y apoyo financiero privado (recursos de clase)⁶. Los datos de la encuesta muestran que dos tercios de las mujeres empresarias tienen asalariados a su cargo, aunque sólo en un 3% de los casos superan los 10 empleados. En más del 50% de estas empresas con asalariados, las personas contratadas son a su vez inmigrantes (Colectivo Ioé, 2006:208).

Oso y Ribas (2004, 2006) a partir de trabajo de campo cualitativo (entrevistas en profundidad) a mujeres inmigradas dominicanas y ecuatorianas en Madrid, marroquíes y chinas en Barcelona, así como argentinas y venezolanas en Galicia se centran en el análisis de las variables que facilitan o que dificultan la estrategia empresarial, a saber: la situación familiar y el tipo de migración (mujeres casadas, jefas de hogares monoparentales o solteras sin cargas familiares); las redes sociales y comunitarias y la presencia de “enclaves” étnicos; la experiencia empresarial previa en el país de origen, la socialización familiar en el trabajo por cuenta propia y la cultura de origen. En función de la articulación de estas variables se configuran las diferentes estrategias empresariales de movilidad social: la vía empresarial como estrategia refugio (básicamente para poder abandonar el servicio doméstico); el empresariado como estrategia de continuidad profesional (respecto de la profesión realizada en el país de origen) y la empresa como una estrategia de movilidad social familiar (proyecto familiar en el que la emigración y la vía empresarial se combinan).

4. Motivaciones que conducen a las mujeres inmigrantes al emprendimiento. Análisis de resultados

Este apartado recoge una síntesis de los principales resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a mujeres inmigrantes emprendedoras, desde la perspectiva de las motivaciones que las han conducido a culminar una iniciativa empresarial en la sociedad receptora. Las narraciones de las mujeres entrevistadas dan cuenta de la heterogeneidad de proyectos migratorios, perfiles, trayectorias y motivaciones que hay detrás de toda actividad empresarial. Partiendo de las estrategias recogidas en los trabajos de Oso y Ribas (2004 y 2006) y de Oso y Villares (2005), para nuestro estudio hemos identificado cuatro tipos de motivaciones en el establecimiento por cuenta propia, que a continuación van a ser desarrolladas:

⁶ Los “recursos de clase” engloban aquellos atributos culturales (cultura ocupacional consistente en valores, actitudes, conocimientos, saberes y habilidades transmitidas habitualmente por y en el seno de la familia (en el transcurso de una socialización emprendedora) y materiales (propiedad privada de los medios de producción y distribución, patrimonio, capital humano, capital financiero) propios de la burguesía. Los recursos de clase permiten distinguir entre sí a los inmigrantes, de manera que diferencias de clase en el país de origen, acaban reproduciéndose en el país de destino (tal es el caso de los inmigrantes cubanos instalados en Miami, por ejemplo) (Light, Bhachu, Karageorgis, 1993).

- El “enfoque de la desventaja”: la vía empresarial como estrategia para superar los obstáculos derivados del género y de la condición de inmigrantes en la sociedad receptora
- La vía empresarial como respuesta a las “estructuras de oportunidades” favorables en la sociedad receptora
- La vía empresarial como estrategia de continuidad profesional
- La vía empresarial como consecuencia de la cultura emprendedora y de los “recursos de clase”

Las dos primeras motivaciones se refieren a factores relacionados con la sociedad receptora, de manera que la mujer inmigrante se plantea la vía empresarial tras incorporarse laboralmente en la sociedad receptora y valorar tanto los obstáculos como asalariada que tienen que ver con su triple condición de mujer, inmigrante y trabajadora, en un mercado de trabajo segmentado (enfoque de la desventaja), como las oportunidades favorecedoras del autoempleo. Los dos tipos restantes, en cambio, agrupan condicionantes que forman parte de los proyectos migratorios de las inmigrantes en el momento de emigrar, ya sea poder seguir desarrollando la misma carrera profesional que en el país de origen (estrategia de continuidad), ya sea materializar una cultura emprendedora que ya forma parte de los valores empresariales en los que ha sido socializada en el seno de su familia.

4.1. El “enfoque de la desventaja”: la vía empresarial como estrategia para superar los obstáculos derivados del género y de la condición de inmigrantes en la sociedad receptora

El denominado “enfoque de la desventaja” (*disadvantage thesis*) estipula que los inmigrantes presentan una mayor propensión que la población autóctona hacia las iniciativas emprendedoras, a causa de los obstáculos a los que se enfrentan en el mercado de trabajo de la sociedad receptora. Estos obstáculos, para el caso de las mujeres inmigrantes, se concretan en la múltiples formas de discriminación laboral, como resultado de su triple condición de mujeres, de clase trabajadora e inmigrantes, que las relega principalmente a las tareas que tienen que ver con la reproducción social –limpieza, cuidado, hostelería, trabajo sexual- (Min y Bozorgmehr, 2003; Parella, 2003). Sin olvidar las barreras idiomáticas o la dificultad de reconocimiento de las credenciales educativas que estas mujeres traen consigo al emigrar (Light, 2006). En este sentido, debe distinguirse la desventaja a la que se enfrenta el inmigrante en el mercado de trabajo, de la desventaja de los recursos. Mientras la primera se produce cuando las personas no reciben la esperada compensación por su capital humano (inconsistencia de estatus), como resultado de los procesos de discriminación y de segmentación del mercado de trabajo; la segunda es la consecuencia directa del hecho de no disponer del necesario capital humano (Light y Gold, 2000).

En esta línea, autoras como Oso y Villares (2005) dan cuenta en sus investigaciones que muchas mujeres argentinas, venezolanas y dominicanas optan por la vía empresarial como “estrategia refugio”, para salir de los nichos ocupacionales poco

cualificados atribuidos a la mujer inmigrante. A los condicionantes relacionados con el reducido abanico de oportunidades laborales a las que accede la mujer inmigrante en el mercado de trabajo, debe añadirse otro obstáculo vinculado al género, consecuencia de la división sexual del trabajo: cuando la mujer debe atender las responsabilidades familiares y a la vez precisa de ingresos económicos, la vía empresarial puede convertirse en una buena estrategia para superar los problemas de conciliación. El autoempleo se valora positivamente por su flexibilidad en la cantidad, el tiempo y el lugar de trabajo (Gardiner, 1994; Williams, 2004; Hildebrant y Williams, 2003); flexibilidad que, supuestamente, permite una mayor conciliación entre vida laboral y familiar. A partir de esta relación, las investigaciones, en el caso de mujeres autóctonas, sugieren que existe una correlación positiva entre el número de hijos y la probabilidad de creación de empresas por parte de mujeres, en especial durante la infancia de los hijos (Boden, 1999; Caputo y Dolinsky, 1998; Connely, 1992; Brunet y Alarcón, 2005). El autoempleo concede a estas mujeres mayores cotas de libertad a la hora de organizar su jornada laboral que el mercado laboral asalariado –que es mucho más rígido–, máxime cuando se trata de proyectos empresariales concebidos no de forma individual, sino de carácter familiar (cuando ambos cónyuges están implicados en el proyecto empresarial). Cuando se trata de mujeres solas, con hijos a cargo, jefas de hogares transnacionales, la vía empresarial también favorece la posibilidad de organizar el trabajo remunerado en función de las necesidades familiares.

A tenor de nuestros resultados, en el caso de mujeres de origen inmigrante, las dificultades que mencionan las mujeres entrevistadas no están vinculadas a la falta de empleo –por cuanto la actual coyuntura de crecimiento económico en España sigue ofreciendo empleo a las mujeres inmigrantes en los servicios poco cualificados, especialmente en los que tienen que ver con la limpieza y el cuidado de personas (servicio doméstico)-; sino a la imposibilidad de experimentar movilidad laboral ascendente, o de acceder a ocupaciones, bajo condiciones laborales aceptables, con salarios elevados y acordes con su nivel educativo.

Si bien la falta de empleo no es el principal detonante para las mujeres inmigrantes empresarias –y sí, en cambio, la segregación laboral-, de acuerdo con los resultados de Oso y Ribas (2006), las empresarias marroquíes suelen responder al perfil de “estrategia refugio”, ante la necesidad de evitar los mecanismos de exclusión en el mercado de trabajo. Las autoras constatan que muchas de estas mujeres encuentran, con frecuencia, una serie de trabas cuando quieren acceder a un puesto de trabajo como asalariadas, por su condición de mujeres inmigrantes y, además, como resultado de la discriminación de carácter religioso. Así, el empresariado étnico se constituye, en este caso, como una respuesta ante el difícil acceso al mercado de trabajo como asalariadas, a modo de estrategia para hacer frente a la exclusión. Los resultados de dicho estudio, basado en entrevistas a autoempleadas marroquíes sin asalariados en Cataluña, en el sector de los mercados, identifican un perfil de mujer inmigrante caracterizado por disponer de un escaso nivel de instrucción, con dificultades idiomáticas, que ha heredado la tradición empresarial por cuanto se trata de mujeres cuyas familias eran emprendedoras en Marruecos (Oso y Ribas, 2006:219-220).

Tras las “estrategias refugio” muchas veces se esconde, de acuerdo con Phizacklea (1988:23), que “el autoempleo no es necesariamente sinónimo de vía empresarial”. Los resultados de un estudio realizado por esta autora, en el que se analiza la situación de las mujeres inmigrantes autoempleadas de origen asiático, turco y grecochipriota en el Reino Unido, en el sector de la industria de confección, ponen de manifiesto que a menudo se trata del resultado de prácticas de subcontratación de determinadas fases de la organización de la producción, que reducen costes a través del empleo a domicilio.

La referencia explícita a la imposibilidad de incorporarse al mercado general desempeñando una actividad profesional acorde con el nivel educativo, se detecta en algunas empresarias de origen latinoamericano. Como ya se ha avanzado, la segmentación del mercado de trabajo por razón de género y etnia relega a estas mujeres a puestos muy por debajo de su cualificación (limpieza, cuidados, hostelería), lo que se traduce en acusados procesos de movilidad social descendente en términos de estatus social –aunque no de salarios-. Por esta razón, asumen la apertura del negocio como la única alternativa posible a la opción restrictiva que les abre el mercado de trabajo español (Oso y Villares, 2005). La vía emprendedora se convierte, en estos casos, en una estrategia para evitar la “inconsistencia de estatus”⁷. Así nos lo cuenta Rocío, mujer peruana licenciada en Derecho en su país de origen, que establece su propia asesoría jurídica, al constatar que su doble condición de mujer y extranjera es un obstáculo insalvable para el ejercicio de su profesión como asalariada:

Como muchos tenemos preparación y experiencia, pues traté de introducirme en el mercado laboral como trabajadora por cuenta ajena y vi que había muchas barreras. La sociedad no estaba preparada y tampoco yo aceptaba las condiciones que se me ofrecían. La otra posibilidad era ésa, hacerse trabajadora por cuenta propia y bueno, estudiando un poco y eso, pues empezamos a tener ideas y a prepararnos (...) Porque al ser mujer y tener cargas familiares, ser inmigrante, eso son las cosas internas, y las cosas externas, la sociedad, el mercado laboral y eso, hace muy difícil que una mujer con mis características pueda introducirse. Por eso yo era la que más interés tenía y empezamos con la idea del negocio (Rocío, peruana)

La imposibilidad que experimentan muchas mujeres inmigrantes de abandonar el servicio doméstico para conseguir empleos como asalariadas, que les reporten mejores condiciones de trabajo, es el detonante de que muchas de ellas se planteen un proyecto empresarial propio en la sociedad receptora y lo lleven a cabo. En este sentido, para algunas de nuestras informantes, la vía empresarial constituye una estrategia para salir del servicio doméstico, ante un mercado de trabajo limitado a las

⁷ Consiste en la discrepancia entre el nivel educativo (medio/alto) del inmigrante y la (baja) cualificación necesaria para realizar la tarea correspondiente al puesto de trabajo que desempeña.

tareas relacionadas con la reproducción social. Para estas mujeres, la trayectoria previa en el servicio doméstico como asalariadas se instrumentaliza, en el sentido de constituir el camino a seguir para poder reunir la cantidad de dinero suficiente y abrir el negocio (Oso y Villares, 2005).

También observamos proyectos emprendedores que tienen como objetivo, además de la promoción individual, contribuir a la mejora de las oportunidades de los inmigrantes en general como asalariados. Se trata de iniciativas empresariales, generalmente cooperativas, que surgen en sectores considerados “nichos laborales” para la población extranjera. Es el caso del sector de la limpieza y del cuidado de personas. El objetivo es dignificar tanto la actividad como las condiciones laborales de las personas que prestan dichos servicios. El testimonio de algunas empresarias latinoamericanas, como el de la peruana Carmen y la ecuatoriana Mariana, ambas promotoras de empresas de servicios domiciliarios, plasma el espíritu emprendedor con vocación de mejora social de las condiciones de trabajo del conjunto del colectivo.

Voy a cumplir tres años en España. La inquietud de montar una empresa cooperativa nace a partir más o menos del segundo año de llegar aquí en España. A pesar de que yo tenía trabajo, más o menos estable, veía que había mucha dificultad, en especial para inmigrantes, en cuanto a la obtención de trabajo. Por ejemplo, lo veía en mi esposo, que tenía mucha dificultad a pesar de tener toda la documentación en regla, el permiso de trabajo y, aún así, podía conseguir trabajos pero muy mal pagados. Y, en función de eso, y viendo el caso de mi esposo y el de muchos amigos, pues viendo la situación de los ilegales que era muchísimo peor, yo tenía la inquietud de montar una empresa, pero no una empresa común y corriente, me interesaba el sistema cooperativo por cuestiones ya personales (Carmen, Perú)

Yo creo que con este proyecto hemos pensando en ayudar a todos los compañeros de edad madura, como nosotros decimos, una empresa puede aportar un poco más al trabajador, porque es una manera de recompensar la labor que se hace (...), la gente española se ha dado cuenta que la mano de obra suramericana en sí y, en especial la ecuatoriana, pues en cierta manera reciben situaciones de trabajo que no son muy buenas (...) Hemos decidido crear la empresa por la experiencia que uno tiene en limpieza y porque una ha trabajado en muchas empresas de limpieza y no hay reconocimiento del personal, porque una trabaja mucho y no le hacen fija, le dan un contrato de un año y luego se va a la calle. Eso nos ha conducido a formar una empresa de limpieza, pensando en el bienestar del trabajador, más que todo de los inmigrantes, eso es lo que nos ha empujado a formar una empresa de limpieza (Mariana, Ecuador)

Por último, desde una perspectiva de género, las dificultades de conciliación de la vida familiar y laboral para la mujer con responsabilidades familiares y un empleo fuera del hogar, se convierten en la motivación de las iniciativas empresariales de muchas mujeres en general –como se ha visto en el primer capítulo- y de las inmigrantes en particular. Oso y Ribas (2004), en su estudio sobre mujeres empresarias de origen inmigrante en España, detectan que el hecho de establecerse por cuenta propia

sirve a muchas mujeres para gestionar mejor su tiempo de trabajo productivo y reproductivo; de modo que una mayor flexibilidad en su actividad laboral les permite atender mejor sus cargas familiares. Así lo expresa una de las mujeres entrevistadas en nuestro estudio, Amparo, de origen colombiano. Amparo decide abrir una clínica dental junto a sus hijas, para permitir que ellas puedan “estar pendientes de su casa” y evitar que sean “echadas del trabajo”. Eso justamente le ocurrió a una de sus hijas, en cuanto la empresa descubrió que estaba embarazada.

Pues desde que llegamos ellas querían, pues como invertir en algo...eh...un trabajo fijo, además poder, lo que ahora dicen tanto, atender la casa y el trabajo. A raíz de eso, surgió la idea de montar una empresita. Eso fue lo principal que nos motivó, el que ellas pudieran tener trabajo al mismo tiempo que pudieran estar pendientes de su casa, ese fue el motivo principal (...) Sí, poder trabajar, poder tener algo de ellas, poder decir, si tienes que llevar la niña al médico poder dejar el trabajo. Lo que le pasó a una de ellas fue que apenas se quedó embarazada pues la echaron. (Amparo, Colombia)

Asimismo, desde la perspectiva de los obstáculos derivados de los roles de género, Phizacklea (1988) constata, en el ya mencionado estudio sobre mujeres autoempleadas en la industria de la confección en el Reino Unido, que para muchas de las mujeres asiáticas (principalmente de India y Bangladesh), que habitualmente se autoemplean desde su propio domicilio, esta opción encaja perfectamente con la rígida división sexual del trabajo. Mientras que el trabajo como asalariadas fuera del hogar está claramente estigmatizado dentro de este colectivo, por cuanto les impide dedicarse a tiempo completo a los quehaceres domésticos, el autoempleo en el domicilio no sólo les permite asumir las responsabilidades de la esfera doméstica y familiar, sino que, además, no pone en cuestión la posición del cónyuge como principal sustentador del grupo familiar.

4.2. La vía empresarial como respuesta a las “estructuras de oportunidades” favorables en la sociedad receptora

Al remarcar las “estructuras de oportunidades” como causa de la iniciativa empresarial, de acuerdo con R. Waldinger, D. McEvoy y H. Aldrich (1990), nos referimos a aquellas mujeres inmigrantes que deciden establecerse por su cuenta, por cuanto valoran positivamente las oportunidades que perciben en su entorno para poder crear negocios: unas condiciones de mercado favorables (existencia o no de consumidores de productos étnicos, por ejemplo); o bien unas condiciones de acceso a los negocios que faciliten la iniciativa empresarial (vacantes, tipos de políticas gubernamentales, concesión de licencias, etc.).

De las entrevistas realizadas se desprende que muchas trayectorias empresariales se inician por parte de inmigrantes que deciden aprovechar la concentración residencial de connacionales, en un entorno urbano determinado, para ofrecer productos “étnicos”. Este es el argumento esgrimido por una empresaria marroquí, Jamila,

instalada en el barrio de mataroniense de Rocafonda (en la provincia de Barcelona). Atribuye la causa de su proyecto emprendedor a la identificación de un contexto externo favorable: a saber, la fuerte concentración de inmigrantes musulmanes en un mismo espacio, demandas de consumo no atendidas (carnicerías *halal*, bares, tiendas de alimentación, etc.).

Elegí abrir una tienda de ropa porque aquí en el barrio es lo que faltaba. Porque era la única opción que estaba más libre. Había muchas carnicerías, muchas fruterías. Yo conocía el terreno alemán e iba a las tiendas turcas y me compraba el género ahí, aparte la ropa no se pone mala. Si eliges una carnicería, y no conoces bien el sitio o cómo te va a ir, se te puede echar a perder la mercancía. Yo tengo muchos amigos que han abierto tiendas al mismo tiempo que yo y han tenido que cerrar porque pusieron fruterías, y sólo han tenido pérdidas (Jamila, Marruecos)

Otras entrevistadas se han planteado la vía empresarial una vez constatada la posibilidad de “aprovechar” la concentración residencial de connacionales o de inmigrantes como oportunidad de éxito económico. Una empresaria latinoamericana, la ecuatoriana Lourdes, decide abrir un bar dirigido a ecuatorianos, tras constatar las largas colas que se forman en la calle para poder entrar en el locutorio situado enfrente. O el ejemplo de Paula, una peruana de 50 años que abastecía a sus paisanos de comida típica peruana, de forma informal desde su casa. Opta por establecer su propio negocio de “pollos asados”, ante las buenas expectativas empresariales que se le presentan (el consumo de “pollo asado” está muy extendido entre la comunidad peruana). O el de Brenda, mujer dominicana que abre una tienda de productos de alimentación que, lejos de especializarse en un único colectivo de extranjeros, se orienta al público de origen inmigrante residente en su barrio, variado en cuanto a composición y a demandas.

Y mi primo me dice y mi hermano me dice, ‘oye y ¿por qué no abres este bar?, ¿Tienes dinero?’ Sí, algo. Y en marzo del dos mil, el 25 de marzo de 2000, he decidido abrir el bar (...) No, no, no, nunca lo había pensado, nunca, lo que pasa es que fue de improviso. Yo veía mucha gente inmigrante de Ecuador, especialmente en esta época, de Ecuador, que venían al locutorio. Mucha gente hacía mucha cola y yo decía, pues en vez de que estén parados esperando ahí, pasad y tomarse una cola y mirad, ¿no? Yo abrí, fue todo un éxito (Lourdes, Ecuador)

Yo en mi casa hacía un poco de comida, vendía comida. En mi casa preparaba, daba pollos asados, comida peruana, un arroz con pollo, invitaba a mis amistades y me decían por qué no te pones un restaurante, algo de verdad. Pues fue una buena idea, pues la gente va, va y tú sabes que en la casa no se puede poner mucha gente que vaya porque acá los pisos la vecindad y todo eso no te lo permiten y se me ocurrió lo de los pollos asados y gracias a Dios va bien (Paula, Perú)

En el locutorio, yo veía tanto movimiento, de tanta gente de tantos países y, pues, la inquietud de ver tanta gente. Eso fue en el 2001, pues no había de esto, no había productos de alimentación en ninguna parte. Surgieron creo que dos tiendas y como una de esas tiendas eran de paisanos nuestros, pues mira, también nos motivamos. Te lo digo porque, por ejemplo, yo soy de Centroamérica y en aquel lo que había era muchos inmigrantes de Ecuador, de Colombia, de mi país. Entonces tú de lo que más vendes es de lo que pones, porque, bueno, comienzas con algo, aunque sea pequeño y tú dices, ¿por qué pongo esto, por qué traigo productos de Rumania si no eres rumana.? Pues si eso es lo que hay, lo que se vende, pues mira (Brenda, Rep. Dominicana)

En otros casos, la “oportunidad” de un negocio como estrategia orientada a la capitalización de una determinada innovación (en este caso, satisfacer de productos y servicios específicos a la comunidad inmigrante), no responde tanto a las pautas de concentración residencial de los connacionales, sino a la oportunidad de abastecer a la comunidad en un sentido amplio, con independencia del lugar de ubicación de la empresa o de cuáles sean las pautas residenciales de dicha comunidad. Dentro de este perfil, el de empresarias dispuestas a dar respuesta a las necesidades de sus connacionales o de la comunidad inmigrante en un sentido amplio, resulta interesante el proyecto empresarial de Rocío y su esposo, que deciden crear una asesoría contable y laboral para cubrir las demandas de los inmigrantes emprendedores; en concreto, la carencia de gestorías especializadas que atiendan sus necesidades de asesoramiento y seguimiento empresarial.

Había otra gente que estaba en las mismas circunstancias y tenían las mismas intenciones y lo empezaron a hacer, pero en otras áreas, hostelería, transporte, bueno otras cosas, no? Y, requerían de nuestros servicios (...) Es gestión para autónomos, llevar contabilidades, impuestos, gestión laboral, nóminas, seguros, contratos, altas, bajas y orientación... (Rocío, Perú)

El caso de Gina ilustra cómo las “estructuras de oportunidades” pueden generar prósperos negocios. En este caso, se trata de una iniciativa empresarial de dimensión transnacional. Gina, profesora y secretaria ejecutiva en Ecuador, decide vender productos de cosmética, por catálogo, de una conocida empresa latinoamericana a los inmigrantes afincados en España. Se trata de productos caros, dirigidos a personas con recursos económicos en diversos países latinoamericanos. Son productos que son demandados por emigrantes de creciente poder adquisitivo. En el momento de ser entrevistada, admite que existen posibilidades para que la empresa establezca franquicias en España. Es un caso claro de “empresa transnacional de expansión” en los términos de Landolt et al. (2003)⁸.

⁸ Empresas del país de origen que se expanden a través del establecimiento de franquicias en el país de destino. Engloban tanto a grandes empresas ya existentes, como de nueva creación. Se trata de un tipo

Siempre ha sido mi ilusión tener mi propio negocio. Sabía que aquí era muy difícil. Había ido a la cámara de comercio, me habían dado una carpeta con toda la documentación que se necesitaba, pero, yo seguí insistiendo, soy muy persistente cuando quiero conseguir algo y al final, comencé vendiendo. Vi un día una revista latina, unos productos que vendían, que es ahora la marca que está allí, X. Es una línea de cosméticos de Latinoamérica, de venta por catálogo. Conocí a esta chica, que fue la primera que trajo estos cosméticos aquí en España, que ella vive en Madrid, y me contacté con ella y cada vez me daba largas. La llamaba, ‘no tengo, se me agotó el producto, que no sé qué, no sé cuántos’ Pero, ¿qué era lo que pasaba?, pues que la empresa todavía no estaba aquí en España. Ella estaba pensando traer, por eso ella me retenía un poco. Pero yo era ya lo que quería. Este producto nunca lo vendí en mi país, nunca lo vendí, porque es caro, y apenas lo usaba. Las vendedoras salen a las calles a venderlo y van cobrando, por ejemplo, a una familia o a una persona de la familia le van vendiendo a crédito un perfume, se lo van cobrando 5 dólares semanales o quincenales, un sistema de venta que funciona allí y que funciona muy bien. Es una de las empresas líder en el mercado de Ecuador, Colombia y Bolivia. Son los países donde se usa más este producto. Una vez que ya estuve vendiendo, pues hablé con esta chica de Madrid y me dijo que iba a conseguir ya que la empresa venga aquí y se instale en España (Gina, Ecuador)

La disponibilidad de negocios por traspaso está relacionada con el progresivo “abandono” por parte de los comerciantes autóctonos de sus negocios, que son sustituidos a menudo por comerciantes inmigrantes. La posibilidad de ocupar los puestos “vacantes” (*vacancy chain*) es esgrimida como razón principal por una entrevistada, la ecuatoriana Jenny, que regenta un bar. Cabe recordar que las iniciativas empresariales vinculadas a los establecimientos comerciales resultan atractivas y cómodas para los empresarios inmigrantes. Por un lado, no requieren una elevada acumulación de capital ni complicados procesos formativos. Además, en un traspaso de negocio se facilitan enormemente los trámites para conseguir la licencia por parte del Ayuntamiento (Kloosterman, Van der Leun y Rath, 1999).

Otras informantes entrevistadas deciden establecer su negocio como consecuencia del capital social y relacional conseguido durante su trayectoria laboral como asalariadas en la sociedad receptora. En estos casos, la vía empresarial responde a una

distinto de cambio en los flujos de capital, que supone que el capital de la periferia penetre en el centro. Ejemplo: las cervezas y refrescos de la empresa salvadoreña “Constancia” han penetrado con éxito en el mercado norteamericano, gracias al asentamiento de migrantes salvadoreños en Los Ángeles. También podemos incluir dentro de este tipo de empresas a los negocios cuyo titular es una gran empresa multinacional y el gerente o encargado es un inmigrante –franquicia-. Mientras la multinacional articula el negocio y gestiona los precios, ofertas y resultados, el inmigrado aporta el local y subcontrata a su plantilla. A su vez, supone un reclamo entre los clientes connacionales. Este es el caso, principalmente, de algunos locutorios (British Telecom, por ejemplo) o de empresas de envío de dinero (Western Union o Money Gram) (Arjona y Checa, 2005b).

estrategia para abandonar los nichos laborales reservados a la fuerza de trabajo inmigrante (véase apartado anterior, el “enfoque de la desventaja”). Pero, además, se trata de mujeres que aprovechan una estructura de oportunidades favorable. En este caso, una trayectoria laboral en el sector del servicio doméstico que deciden optimizar a través del establecimiento de empresas de servicios domiciliarios (limpieza en los hogares, cuidado de ancianos y niños). Así lo han puesto de manifiesto algunos testimonios de mujeres latinoamericanas, como el de Carmen, Zoila y Mariana, que regentan empresas de servicios domiciliarios tras una larga trayectoria previa como empleadas domésticas.

Quizás no es exactamente lo que quisiéramos hacer, pero sin embargo tenemos las posibilidades y no nos disgusta. Y está el mercado. (Carmen, Perú)

La idea mía era poner un centro geriátrico ¿sabes? Y lo que pasa es que hablando con una persona que estaba haciendo el curso éste, el curso de empresa, le dije mi idea y me dijo que era mucho dinero, muchas cosas, que tenía que tener un local, luego me dijo que era para gente profesional. Y yo le digo que a la hora de montar uno de estos, de servicio de ayuda a domicilio, que vas de casa en casa (...) Me dice, ‘bueno, pues vale’, y opté por el servicio de ayuda a domicilio (Zoila, Perú)

Hemos decidido formar la empresa por los contactos, o sea, por la experiencia que uno tiene en limpieza (Mariana, Ecuador)

4.3. La vía empresarial como estrategia de continuidad profesional

De acuerdo con los resultados obtenidos por Oso y Villares (2005), efectivamente, para algunas de las mujeres inmigrantes entrevistadas, el empresariado constituye una estrategia de continuidad respecto de la profesión que realizaban en su país de origen. En algunos casos, se trata de mujeres que ya eran empresarias antes de emigrar y que contaban con negocios de su propiedad en el país de origen. Por motivos diversos (cierre del negocio, crisis económica, corrupción política, etc.), emigran con la intención de poder iniciar un proyecto empresarial en otro país. Así ha sucedido para la ecuatoriana Jacqueline, que ejercía de odontóloga en Quito y decide emigrar para poder mejorar su formación y establecerse en España

Sí, yo tenía mi propia clínica [de odontología] y la tuve que dejar ahí, no la he vendido, pero la he dejado ahí. El motivo de salir de mi país fue pues por superarme en cuanto a conocimientos, más que todo el poder obtener recursos primero y luego capacitarme. Eso es imposible en nuestro país, porque no dan los recursos para poder hacer un postgrado, un master. Me surgió la idea de que saliendo, pues se pueden conseguir las cosas en cuanto a lo que es mejorar la economía (Jacqueline, Ecuador).

Algunas de las entrevistadas optan por trabajar por su cuenta, a través de la optimización de su titulación o de su experiencia profesional en el país de origen. Trabajar por cuenta propia en su misma profesión, en la sociedad de destino, forma parte de los proyectos migratorios de estas empresarias. Una de las principales razones por las que deciden emigrar es obtener una mayor rentabilidad de la profesión que desempeñaban en el país de origen. Se trata de mujeres que ya eran profesionales liberales en su país de origen y, como tales, siguen desarrollando su carrera en España (Oso y Villares, 2005)

Mientras en algunos casos se trata de iniciativas emprendedoras que requieren la previa homologación de la titulación (odontólogos, psicólogos, abogados, etc.), en otros, no se precisa este requisito (en actividades como terapias alternativas, academias de formación, servicios a empresas vinculados a las nuevas tecnologías, etc.). Este perfil de empresaria acostumbra a presentar un nivel educativo elevado. No se trata, pues, de procesos de sustitución de empresas en determinados mercados poco rentables; sino de iniciativas que encuentran un hueco a partir del diseño de estrategias innovadoras en un entorno nuevo y cambiante.

Bajo este perfil, identificamos a las entrevistadas que deciden trabajar por cuenta propia en la misma actividad laboral que habían desempeñado en su país de origen, en calidad de asalariados o de profesionales liberales. Aprovechan en España las competencias adquiridas anteriormente. Este es el caso de Florencia, una odontóloga argentina que establece una clínica privada en cuanto consigue homologar su título.

Luego de una serie de trámites, pude convalidar mi título, en ese momento había que hacer una especie de juicio, el colegio de odontólogos luego, para que te colegiaran y, bueno, salió todo muy bien y más o menos en el mes de junio tuve ya todos mis papeles en orden. Entonces conseguí un trabajo. Yo había trabajado de dentista y bueno, mis primeros años también de ama de casa, compartiendo las dos actividades, pero más ama de casa y madre que dentista. Para mí era muy importante criar a mis chicas. Sí, sí, lo pensé. Lo pensé, dije, sí, sí, tengo que ponerme, montar mi empresa. Pero yo no lo sentí como montar mi empresa, sino, montar mi clínica. (Florencia, Argentina)

O bien, el de Soledad, una peruana de 58 años, que decide aprovechar su trayectoria laboral en el país de origen en una ONG, especializada en microcréditos, y fundar su propia ONG en España, dedicada a la orientación empresarial.

Él me dijo: tienes que poner algo, que tú sepas hacer. Yo pensé en un primer momento poner una lavandería, pero yo de lavandería no sé nada. Una de esas lavanderías de lavar con máquina, pero no hay eso. ¡Pero mira! hubiera fracasado, por que no pega ese tipo de negocio, porque la gente no tiene esa cultura. Es diferente a esos lugares, donde hay esas lavadoras públicas no, donde metes tu monedita y lavas, luego sacas, metes y secas; aquí la gente no hace eso, lo lava todo en su casa. Pero mi hermano me aconsejó, 'no, haz algo que tú sepas'. Bueno, yo en mi país lo que había hecho era trabajar en ONGs; y entonces monté la ONG y además, le di esa orientación empresarial, mi ONG está especializada en

lo que es el fomento, creación y desarrollo de empresas. Porque mi experiencia me había demostrado que esa es una estrategia viable para salir de una situación precaria (Soledad, Perú)

Otra entrevistada con una trayectoria empresarial anterior, es Raquel. Se trata de una joven Argentina, licenciada en Ciencias de la Educación, con una dilatada experiencia como orientadora de adolescentes y padres, en su país. Se plantea dar un giro a su vida profesional en España. Se apunta a un curso de “masaje infantil” y crea su propia empresa, dedicada a impartir talleres de masaje.

Yo soy licenciada en Ciencias de la Educación, que aquí es la diplomatura en Pedagogía y en realidad mi experiencia no es tanto en infantil, sino en adolescencia, adolescentes y padres, ¿sí? Y orientación vocacional. Tengo casi veinte años de trayectoria como trabajo profesional e institucional en el pueblo. Además, tuve cuatro años un programa de radio. Al cambiar de país, quise dar un giro a la profesión, siempre en base a lo mismo, trabajo de la familia, los padres, educación; pero bueno, quise descansar un poquito de los adolescentes y pasar a los más pequeñitos. Aunque bueno, trabajo también en escuela para padres y para adolescentes, pero ya no con los adolescentes propiamente dichos. Y bueno, fue así como me conecté con la Asociación de Masaje Infantil, hice el curso de educadora de masaje (Raquel, Argentina)

De acuerdo con los resultados de Oso y Villares (2005) con empresarias dominicanas afincadas en Madrid, para las mujeres que ya eran peluqueras en la República Dominicana, la trayectoria empresarial es distinta a la de las que han tenido que emplearse previamente en el servicio doméstico, que optan por la vía emprendedora para poder abandonar este sector de actividad y conseguir la movilidad laboral y social. Para las primeras, si bien la vía empresarial constituye “el final del camino”, adquiere un significado distinto al estudiado en el “enfoque de la desventaja”. Se trata del último estadio de una carrera profesional iniciada en el país de origen, que culmina con el trabajo por cuenta propia en España. Para las segundas, la escasez de recursos financieros las induce a ahorrar a través de su empleo en el servicio doméstico, para más tarde poder invertir en su propia empresa.

4.4. La vía empresarial como consecuencia de la cultura emprendedora y de los “recursos de clase”

Los “recursos de clase” son elementos determinantes tanto del surgimiento como de las estrategias de supervivencia de las empresas regentadas por inmigrantes. A pesar de la existencia de barreras a la integración laboral de los inmigrantes como asalariados y de unas “estructuras de oportunidades” concretas, no estamos ante un colectivo homogéneo. Elementos etnoculturales, como los valores y patrones de conducta, que se transmiten a través de una socialización emprendedora, así como los

elementos de carácter material, legados a través de la herencia familiar (propiedad privada de los medios de producción y distribución, patrimonio, capital humano, capital financiero), explican una mayor o menor propensión hacia el autoempleo (Solé, Parella y Cavalcanti 2007).

En nuestra investigación, la referencia explícita al espíritu emprendedor aparece en algunas de las entrevistadas de nuestro estudio. Algunas afirman que desde su niñez pensaban en abrir su propio negocio, que lo “llevan dentro”. Desde esta perspectiva, en línea con los planteamientos etnoculturalistas, se trata de un atributo que se describe como “algo que algunas personas tienen desde que nacen”. Los testimonios de Paula y Cristina atribuyen su emprendimiento a su abierta preferencia por trabajar por su cuenta ya desde su niñez.

Vendía verduras. No me iba mal, no estaba tan mal allá, pero bueno aquí es otra vida. Cuando llego a España, yo trabajaba en casa, yo trabajaba en casa pero siempre me gustó el negocio, desde chiquitita me ha gustado (Paula, Perú)

Siempre me gustó mucho trabajar por mi cuenta (...) a los 16 años estudiaba, terminé secundaria, luego no hice carrera universitaria porque me cansé, pero siempre me gustó, sí, el tema de montar negocios y hacer cosas. No sé, creo que tengo un espíritu un poco inquieto. A ver, no sé, también pienso que la mujer de ahora también se ha independizado mucho por trabajar. Y, aparte, que aquí, en el bar, cuando viene gente, siempre me dice, ‘No pienses más en cosas’. Porque siempre tengo cosas, ideas nuevas por hacer. El año pasado alquilamos una discoteca por una noche, por dos noches, porque me hacía mucha gracia pinchar ahí. Siempre estoy así, con ideas (Cristina, Argentina)

Otras entrevistadas atribuyen su inclinación hacia la iniciativa empresarial a una cuestión valorativa, de “principios”. Rechazan el escaso prestigio de la condición de persona asalariada, considerada como “conformista”, sin capacidad de triunfar y sin aspiraciones. Así lo expresa una empresaria procedente de Croacia, Karina, de 36 años:

Yo pensaba siempre trabajar sola, porque yo, mira, unas personas pueden trabajar solas y otras no. Unas personas es mejor que trabajen para otras personas porque, solas, nunca van a hacer nada. Yo estaba segura que yo puedo hacer mejor sola (Karina, Croacia)

Pueden atribuirse muchos proyectos empresariales a los “recursos de clase”; a saber, los atributos educativos, formativos y materiales (propiedad de los medios de producción, patrimonio, etc.) propios de una socialización emprendedora, que acostumbra a transmitirse en el seno de la familia. A lo largo de las entrevistas realizadas aparecen recurrentes referencias a este tipo de recursos. Ello diferencia las experiencias de las inmigrantes emprendedoras a través de la pertenencia a una clase social. Generalmente, se trata de “recursos de clase” que, según la información facilitada por las informantes entrevistadas, derivan de los negocios de la familia en el país de

origen. Algunos de ellos muy prósperos. En cualquier caso, los “recursos de clase” mencionados parecen haber influido no tanto en la ayuda material (financiación) en el momento de establecer el negocio; sino en la transmisión de una serie de valores para familiarizar al entrevistado con la cultura emprendedora, tal como lo cuentan Cristina, Amparo y Juana:

Sí, mi padre siempre ha sido un hombre así muy emprendedor, de negocios. En Argentina tenía una fábrica de calzados, que había muchas sucursales en toda Argentina. Sí, pienso que sí, que ha sido también porque mi padre me ha inculcado un poco el tema éste de ser autónomo, montar negocios (Cristina, Argentina)

Teníamos una empresa que era de confecciones. Tuvimos una empresita casi durante 18 años, de confecciones (Amparo, Colombia)

No, sólo he estudiado. Pero he tenido una experiencia en restaurante, en Bolivia. Era un negocio de la familia, ya que junto con mis tíos teníamos varios restaurantes (Juana, Bolivia)

Pues, yo allí era profesora, tengo mis títulos de administración secretarial, título de profesora de colegio, secretaria ejecutiva también y siempre me gustaron los negocios, siempre, siempre. Mis padres tuvieron empresas, tuvieron restaurante y siempre me crié con esto, con los negocios, y me gustó ser independiente (Gina, Ecuador)

Algunas entrevistadas mencionan explícitamente la vinculación material (básicamente económica) entre su proyecto empresarial en España y los recursos de clase. Una mujer china, Lo, regenta en el barrio barcelonés de Gràcia una tienda de bisutería de importación y tiene como proveedores a sus hermanos, todos ellos empresarios en China. Puesto que los hermanos cuentan con suficiente poder adquisitivo para comprar por catálogo los productos que ella solicita, se los mandan por transporte marítimo y ella les devuelve el dinero en cuanto vende el producto en su tienda.

En otros casos, los “recursos de clase” de las entrevistadas son consecuencia de experiencias empresariales de familiares que han emigrado anteriormente y regentan negocios en España. Algunas entrevistadas, como la peruana Mabel, que regenta un bar en Barcelona, reconocen que el ejemplo de sus familiares emprendedores, y el poder contar con su soporte y apoyo, fueron aspectos clave a la hora de decidir abrir su negocio.

Sí, tengo un tío, hermano de mi madre, que tiene también un bar, ya hace muchos años, tiene un bar restaurante, peruano, aquí en Barcelona, tiene un bar y lleva muchos años y es muy conocido. Por eso es que nos motivamos a montar el bar (Mabel, Perú)

Por otra parte, la cultura de origen, en cuanto a los roles de género, influye en la mentalidad emprendedora. Así lo constatan Oso y Villares (2005), cuando dan cuenta de que las mujeres dominicanas empresarias ya están acostumbradas a mantener

económicamente a sus hijos en el país de origen, donde muchas veces tienen que poner en marcha estrategias empresariales en la economía informal (venta de alimentos, de ropa, etc.). La vía empresarial una vez en España puede interpretarse como el resultado de la cultura de la autosuficiencia y supervivencia, debido a las dificultades económicas con las que se enfrentan estas mujeres en sus países de origen y a las responsabilidades que con frecuencia tienen que asumir como principales soportes económicos de la familia, ante la falta de responsabilidad de los hombres.

5. Conclusiones

Los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que los motivos por los que las mujeres inmigrantes devienen empresarias responden en parte a condicionantes específicos según el género. Esta dimensión no se contempla en la mayor parte de la literatura sobre empresariado inmigrante (Thomsen, 2005). La tipología que propone nuestro estudio se explica tanto por la discriminación en razón del género, la etnia y la clase social que afecta a las mujeres inmigrantes en el mercado de trabajo (Morokvasic, 1984), como por el capital económico, cultural y social de las mujeres inmigrantes (los recursos de clase y los recursos étnicos). Asimismo, no hay que olvidar la necesidad, por parte de algunas mujeres, de autoemplearse como fórmula alternativa para facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar (Gardiner, 1994; Williams, 2004).

Las trayectorias de nuestras entrevistadas ponen de manifiesto la heterogeneidad de motivaciones que empujan a aquellas mujeres inmigrantes con menor aversión al riesgo a seguir su propia iniciativa empresarial, en las que confluyen aspectos familiares (el rol de la mujer como cuidadora), profesionales (recursos de clase) y sociales (reacción ante la discriminación laboral a la que se expone la mujer inmigrante como asalariada). Por consiguiente, no cabe simplificar y atribuir rasgos homogeneizadores a estas empresarias. Los factores explicativos que se han presentado a lo largo de estas páginas no se manifiestan de forma “pura”, ni son mutuamente excluyentes. Predomina la confluencia de distintas razones a la hora de analizar los principales determinantes de una trayectoria empresarial determinada.

Las estructuras de oportunidades de la sociedad receptora suponen barreras, estreñimientos y posibilidades diferenciadas a las prácticas empresariales de los individuos y grupos en función de sus recursos disponibles, en correspondencia con su posición en la estructura social. La relación entre estructura y recursos se concreta de forma diferenciada en cada una de las cuatro categorías que recoge la tipología presentada. Como ya se ha mencionado, las dos primeras se refieren a factores relacionados con la sociedad receptora. La mujer inmigrante se plantea la vía empresarial después de incorporarse al mercado de trabajo en la sociedad receptora y sopesar, tanto los obstáculos derivados de su triple condición de mujer, inmigrante y trabajadora, en un mercado de trabajo segmentado (enfoque de la desventaja), como las oportunidades favorecedoras del autoempleo que se le ofrecen.

En primer lugar, el “*enfoque de la desventaja*”, muestra cómo la vía empresarial constituye una estrategia para superar los obstáculos derivados del género y de la condición de inmigrantes en el mercado de trabajo de la sociedad receptora. El nivel educativo de la mujer inmigrante, su capital económico, su capital social y su situación familiar van a determinar el tipo de negocio y su posición social como empresaria. De ese modo, la vía empresarial puede culminar tanto en empresas “refugio”, de escasa rentabilidad; o, por el contrario, en iniciativas empresariales que permitan vencer la “inconsistencia de estatus”, lograr procesos de movilidad social ascendente, o, inclusive, proyectos empresariales innovadores; a saber, negocios en mercados a explorar, con elevado riesgo, a la vez que con oportunidad de altos beneficios (Thomsen, 2005)

En segundo lugar, los proyectos empresariales que responden a una “*estructura de oportunidades*” favorable constituyen iniciativas que utilizan el capital social de los recursos étnicos. Aquí se incluyen: i) los negocios de orientación claramente étnica. Ejemplo de ello son las empresas que surgen en el contexto de comunidades étnicas, tanto si están concentradas territorialmente como si no, en las que se dan oportunidades en torno a demandas de productos y servicios específicos no atendidas por el mercado general; ii) las empresas de carácter transnacional, que nacen del proceso migratorio y mantienen el flujo de recursos tangibles e intangibles entre el país de origen y sus asentamientos migrantes (agencias de correos, agencias de remesas, agencias de viajes, etc.) (Landolt et al. 2003); iii) las empresas resultado de iniciativas protagonizadas por mujeres que han sabido optimizar sus trayectorias laborales en la sociedad receptora -transcurridas en los nichos laborales en los que se insertan mayormente (tareas de limpieza, cuidado de personas, hostelería)-. Se trata de mujeres que saben aprovechar los recursos informacionales y de capital social (conocimiento del mercado, contactos, etc.) acumulados como asalariadas en la sociedad receptora (creando empresas en el sector de los servicios domiciliarios, por ejemplo).

Los dos tipos restantes se refieren a condicionantes propios de los recursos de clase, que forman parte de los proyectos migratorios de las mujeres. No dependen de forma directa de los factores estructurales de la sociedad receptora. La vía empresarial como “*estrategia de continuidad profesional*” se basa en la posibilidad de usar las cualificaciones y habilidades que trae consigo la mujer inmigrante de su país de origen. Forman parte de la profesión previamente desempeñada allí. Muchas profesionales liberales encajan en este perfil. El nivel educativo de la mujer empresaria y su trayectoria laboral en el país de origen es el principal recurso que explica este tipo de vía empresarial. La dificultad a la hora de homologar las titulaciones se convierte en el principal obstáculo institucional. Algunas veces, la opción empresarial es atribuible a la *cultura emprendedora* y a los “*recursos de clase*” de la mujer inmigrante. Se trata de estrategias resultado de la disponibilidad de capital económico (propiedad de los medios de producción, patrimonio, etc.) y de los valores propios de una socialización emprendedora, que acostumbra a transmitirse en el seno de la familia. Lógicamente, estos recursos de clase se reparten de forma desigual en el seno de la familia, de modo que las mujeres pertenecientes a los grupos sociales más favorecidos presentarán menos oportunidades de acceder a la educación superior, a una preparación

profesional y a las posesiones, lo que dificulta su participación y desarrollo de actividades empresariales.

La propensión a la actividad empresarial de las inmigrantes se relaciona también con la “maternidad transnacional”. Muchas de las mujeres inmigrantes, pioneras de los flujos migratorios, deben dejar a sus hijos a cargo de otras mujeres (madres, hermanas, vecinas, amigas, etc.) en el país de origen, al emigrar; por cuanto los nichos laborales a los que principalmente acceden en la sociedad receptora y las largas jornadas laborales no son compatibles con su vida familiar –máxime cuando se trata de la modalidad del servicio doméstico interno-. En las fases iniciales de su etapa migratoria, su principal objetivo es trabajar cuantas más horas mejor con el fin de aumentar su capacidad de ahorro y de envío de remesas. Sin embargo, la “resignación” inicial puede cambiar con el tiempo.

Por un lado, tanto si se trata de mujeres solteras que carecen de responsabilidades familiares, como si son mujeres con hijos que permanecen en el país de origen, su situación en la sociedad receptora les confiere el tiempo necesario para el trabajo productivo, sin las interferencias del trabajo de cuidado en su vida diaria. Ante la dificultad de movilidad laboral con la que se enfrentan, en una perspectiva de futuro, será cada vez más probable que algunas de estas mujeres –sobre todo las más formadas- busquen fórmulas alternativas para lograr su objetivo último de ganar cuanto más dinero mejor y en el mínimo tiempo -ya sea para retornar o bien para reagrupar posteriormente a la familia-. Si existen posibilidades de mejorar las ganancias con los beneficios que puede proporcionar una actividad emprendedora –o como autónomas-, la decisión de las inmigrantes con poca aversión al riesgo es clara: convertirse en empresarias.

Por el otro lado, hay que tener en cuenta que, con el tiempo, algunas de estas mujeres se establecerán de forma más o menos definitiva en la sociedad receptora y reagruparán a su familia. Con la materialización de la reagrupación de los hijos, los gastos se incrementan y la mujer inmigrante dispone de menos tiempo para su trabajo remunerado, por cuanto debe asumir también las tareas reproductivas. En estos casos, como se ha visto en el presente artículo, la actividad empresarial se convierte no sólo en una estrategia de movilidad laboral fuera del servicio doméstico, a través de la cual se logra mayor estatus social y ganancias económicas; sino que el autoempleo puede significar para estas mujeres conseguir mayor flexibilidad en la gestión de sus tiempos en comparación con su etapa de asalariadas.

6. Bibliografía

- Anderson, B. (1999). Overseas domestic workers in the European Union: invisible women. En Henshall Momsen, J. (ed.), *Gender, migration and domestic service*, London, Routledge.
- Anderson, B. (2000). *Doing the dirty work? The global politics of domestic labour*, New York, Zed Books.

Anthias, F. (1992). *Ethnicity, Class, gender and migration*, Aldeshot, Avebury.

Arjona, A. y Checa, J. C. (2005). Movilización de recursos del Empresariado Étnico en Almería: la importancia de las redes sociales”, *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, vol. 8, núm. 3 [<http://revista-redes.rediris.es>].

Arjona, A. y Checa, J. C.. (2005). Emprendedores étnicos en Almería" *Sociología del Trabajo*, núm. 54, p. 101-125.

Arjona, A. y Checa, J. C. (2006). Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances" *Revista Internacional de Sociología*, vol. LXIV, núm. 45, p. 117-143.

Beltrán, J., Oso, L. y Ribas, N. (2006). Un campo de estudio para el empresariado étnico en España. J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid, Fundació CIDOB/Observatorio Permanente de la Inmigración.

Blaschke, J. (1990).European Trends in Ethnic Business, R. Waldinger, H. Aldrich y R. Ward, *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, London, Sage Publications.

Boden, R. J., Jr.(1999) Flexible Working Hours, Family Responsibilities”, *American Journal of Economics & Sociology*, núm 58, vol 1, p. 71–83.

Brunet, I. y Alarcón, A. (2005). *¿Quién crea empresas? Redes y empresarialidad.* : Madrid: Editorial Talasa.

Caputo, R., K. y Dolinsky, A. (1998). Women’s Choice to Pursue Self-Employment: The Role of Financial and Human Capital of Household Members, *Journal of Small Business Management*, Julio, p. 8–17.

Castelló, L. (2008). La mercantilización y mundialización del trabajo reproductivo. El caso español. *XI Jornadas de Economía Crítica*, Barcelona, 27, 28 y 29 de marzo.

Catarino, Ch. y Oso, L. (2000). La inmigración femenina en Madrid y Lisboa: hacia una etnización del servicio doméstico y de las empresas de limpieza. *Papers*, núm. 60, p. 183-207.

COLECTIVO IOE (2001). *Mujer, inmigración y trabajo*, Madrid, IMSERSO.

COLECTIVO IOE. (2006). Trabajadoras inmigrantes por cuenta propia. Una aproximación escritiva, J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid, Fundació CIDOB/Observatorio Permanente de la Inmigración.

- Connely, R. (1992). Self-employment and Providing Child Care, *Demography*, núm 29, vol. 1, 17-29.
- Ducheneaut, B. y Orhan, M. (2000). *Les Femmes entrepreneurs en France*, Paris, Séli Arslan.
- Escobar, M. (2005). *Autoempleo y actividades empresariales de las mujeres en España*, Madrid, Instituto de la Mujer, Estudios, núm 91.
- Feeser, H. R.; Dugan, K. W. (1989). Entrepreneurial motivation: A comparison of new venture creation. *Academy of Management Review*, vol. 10, núm. 4, p. 696-706.
- Gardiner, J. (1994). Female employment and unemployment. En Arestis, P y Sawyer, M. (Eds), *Radical political economy*, London, Edward Elgar.
- Hildebrand, V. y Williams, D. R. (2003). Self-employment and Caring for Children: IRISS-C/I Working Paper 2003-06, EPS/INSTEAD, Differdange, Luxembourg.
- Hillman, F. (1999). Turkish women in Berlin's ethnic labour market. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, núm. 2, p. 267-282
- Hisrich, R. D.; Brush, C. G. (1984). The women entrepreneur: Management skills and business problems, *Journal of Small Business Management*, vol. 22, núm. 1, p.30-37.
- Kloosterman, R. (1996). Mixed Experiences: post-industrial transitions and ethnic minorities on the Amsterdam Labour Market, *New Community*, vol 4, p. 637-654.
- Kloosterman, R, Van Der Leun, J.; RATH, Jan. (1999). Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant businesses in the Netherlands. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, núm. 2, p. 253-267.
- Landolt, P., Autler L. y Baires, S. (2003). Del hermano lejano al hermano mayor: la dialéctica del transnacionalismo salvadoreño. A. Portes et al. (coord.), *La globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo*, México D.F., FLACSO.
- Light, I. (2006). Economías étnicas. J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid, Fundació CIDOB/Observatorio Permanente de la Inmigración.
- Light, I.; Bonacich, Edna. (1988). *Immigrant entrepreneurs. Koreans in Los Angeles 1965-1982*, Berkeley, University of California Press.

- Light, I.; Bhachu, Paraminder; Karageorgis, Stavros. (1993). Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship, I. Light, P. Bhachu (eds.), *Immigration and entrepreneurship: culture, capital and ethnic networks*, New Brunswick (NJ), Transaction.
- Light, I.; Gold, Steven, J. (2000). *Ethnic Economies*, San Diego (CA), Academic Press.
- Marie, Claude-Valentin. (1992). Les étrangers non-salariés en France, symbole de la mutation économique des années 80, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8, núm.1, p. 27-38.
- Min, Pyong Gap Bozorgmehr, Mehdi. (2003). United States: The Entrepreneurial Cutting Edge, R. Kloosterman y J. Rath (eds.), *Immigrant Entrepreneurs*, Oxford/NY, Berg..
- Moreras, J. (2002). *Les activitats comercials dels residents estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona, Fundació CIDOB.
- Morokvasic, M. (1984). Birds of Passage are also Women. *International Migration Review*, vol. XVIII, núm. 4, pp. 886-907.
- Morokvasic, M. (1991). Roads to Independence Self-employed Immigrants and Minority Women in Five European States. *International Migration*, vol. XXIX, núm. 3, p.407-420.
- Orhan, M. (2005). Why women enter into small business ownership. S. L. Fielden y M. J. Davidson (eds.), *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship*, Northampton (USA), Edward Elgar Publishing.
- Oso, L. y Ribas, N. (2004). Empresariado étnico y género: dominicanas y marroquíes en Madrid y Barcelona. Ponencia presentada en el *IV Congreso sobre la Inmigración en España*, Girona, 10-13 noviembre de 2004. [www.udg.es/congres_immigracio/CAT/index.htm].
- Oso, L. y Ribas, N. (2006). Empresariado étnico y relaciones de género: mujeres dominicanas y marroquíes en Madrid y Barcelona”, J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid, Fundació CIDOB/Observatorio Permanente de la Inmigración.

- Oso, L y Villares, M. (2005). Mujeres inmigrantes latinoamericanas y empresariado étnico: dominicanas en Madrid, argentinas y venezolanas en Galicia. *Revista Galega de Economía*, vol. 14, núm. 1-2 p. p. 261-278.
- Oso, L y Villares, M. (2006). El autoempleo como una estrategia de incorporación laboral para los inmigrantes en Galicia. L. Oso (ed.) *Formación, profesionalización e acción na Mediación Intercultural*. Manual nº 24, Santiago de Compostela, UDC.
- Parella, S. (2003). *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*, Barcelona, Anthropos.
- Parella, S. (2005). Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona. *Política y cultura*, núm. 23, p. 257-275.
- Phizacklea, A. (1988). Entrepreneurship, ethnicity and gender. S. Westwood y P.Bhachu (eds.), *Enterprising Women. Ethnicity, economy and gender relations*, London y New York, Routledge.
- Rath, J.; Kloosterman, R. (2000). Outsider's Business. A critical Review on Immigrant Entrepreneurship. *International Migration Review*, vol. 34, núm. 3, p. 656-680.
- Sassen, S. (1991). *The Global City. New York, London, Tokyo*, New Jersey, Princeton University Press.
- Serra, P. (2006). *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona*, Barcelona, Fundació "La Caixa".
- Solé, C. y Parella, S. (2005). *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Catalunya*, Barcelona, Fundació CIDOB.
- Solé, C.; Parella, S.; Cavalcanti, L. (2007). *Empresariado inmigrante en España*, Barcelona, Fundació La Caixa.
- Stokes, J. y Sullivan, M. (1995). Measuring perceptions of the working environment for women in corporate settings. *Psychology of Women Quarterly*, núm. 19, p. 533-549.
- Thomsen, Trine Lund. (2005). *Immigrant Entrepreneurship as Gendered Social Positions. A study on motivations and strategies in a biographical perspective*. Tesis Doctoral, AMID, Academy for Migration Studies in Denmark, Aalborg University (Denmark)

Waldinger, R., Mcevoy, D.; Aldrich, H. (1990). Spatial Dimensions of Opportunity Structures. R. Waldinger et al. (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial societies*, London, Sage.

Williams, D. R. (2004). Effects of Childcare Activities on the Duration of Self-Employment in Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1): 45-76.