

COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE LA MIGRACIÓN LATINOAMERICANA EN ANDALUCÍA

Francisco Díaz Bretones y María José Jáimez Román

Universidad de Granada

España es el segundo país con mayor número de inmigrantes procedentes de Latinoamérica. Este grupo, además de su importancia numérica es uno de los principales grupos emprendedores inmigrantes (en el año 2006 existían más de 26.000 autónomos de origen latinoamericano).

La gran mayoría de los estudios sobre empresarios inmigrantes latinoamericanos se han realizado en Estados Unidos. En 1997, existían en Estados Unidos 1.4 millones de empresarios hispanos (Terry-Arizes, 1999) estando considerado como uno de los grupos étnicos más emprendedores (Butler y Herring, 1991, Fairlie, 2004, Portes y Shafer, 2007). De todas formas, Mora y Davila (2006) señalan que existen importantes diferencias regionales de manera que los porcentajes de empresarios mexicanos en Estados Unidos son más altas en la frontera México-americana que en otras regiones, siendo ahí mayores incluso que el de la población blanca o hispana no-mexicana.

En el caso de España, sin embargo, no existen estudios regionales sobre el comportamiento emprendedor de este colectivo, observándose diferencias importantes entre regiones, de manera que el comportamiento emprendedor de éstos no es uniforme. Por todo ello, el objetivo de la presente comunicación es exponer una radiografía del empresariado inmigrante de origen latinoamericano en Andalucía.

1. REVISION DE LA LITERATURA

1.1 La inmigración latinoamericana en el mundo

Estados Unidos es el país con mayor número de inmigrantes latinoamericanos. Actualmente hay en ese país más de 45 millones de inmigrantes de América Latina y sus descendientes (conocidos como *hispanos*) sin contar a los puertorriqueños, según datos del Pew Hispanic Center (2009). Los hispanos representan el 15% de toda la población norteamericana agrupándose especialmente en los estados de California y Texas (en el caso de los mexicanos y centroamericanos) y Nueva York y Florida (en el caso de los sudamericanos). Del total de hispanos, un 60,2% nacieron en Estados Unidos y un 39,8% han nacido fuera (inmigrantes de primera generación), es decir, casi 18 millones de personas. Sin embargo, la población hispana en Estados Unidos no es homogénea, siendo principalmente mexicana (Portes, 2006).

Los orígenes del asentamiento de mexicanos en Estados Unidos provienen ya del siglo XIX tanto por la anexión y compra de territorio mexicano (dándose la paradoja de que no traspasaron la frontera sino que la frontera los traspasó a ellos) como por la demanda creciente de mano de obra poco cualificada especialmente para el trabajo en ranchos y la nueva red de líneas férreas que estaba construyéndose en Estados Unidos. Esta gran demanda de mano de obra poco cualificada convirtió a México en el principal país "proveedor" a través de su frontera (Massey, Alarcón, Durand y González, 1987).

De todas formas, el panorama de la inmigración hispana en Estados Unidos ha cambiado. Así, si hace 30 años este grupo estaba integrado por mexicanos, puertorriqueños y cubanos, en la actualidad dominicanos, centroamericanos y sudamericanos han doblado o triplicado su número en las últimas dos décadas, consecuencia de dos procesos simultáneos: una inmigración que no cesa y una tasa de fertilidad superior a la de otros grupos (Durand, Telles y Flashman, 2006).

En el caso de España el fenómeno de la inmigración, y especialmente la procedente de Latinoamérica, ha sido más reciente. Actualmente, más del 11% de los 44 millones de habitantes en España son extranjeros. Por origen, las principales áreas geográficas de la población inmigrante son América Latina (especialmente Ecuador y Perú) y el Magreb (especialmente Marruecos) debido a las facilidades lingüísticas y geográficas respectivamente, concentrándose especialmente en Madrid y Cataluña los cuales aglutinan casi la mitad de la inmigración en España.

Por ello, los estudios sobre la población latinoamericana en España son relativamente recientes. Así, por ejemplo, Labrador (2001) encontró que en el caso de los inmigrantes peruanos en España, éstos habían asumido un cambio en la jerarquía de valores de manera que si en su sociedad de origen estaba muy valorado el estatus social, en la nueva sociedad será sobre todo la posición económica. Esta valoración social del componente económico ya había sido puesto de manifiesto por Priore (1979) quién había señalado que si bien el salario tiene dos componentes (económico y de estatus), en el caso de los inmigrantes este sentido secundario se perdía al no tener puntos de referencias en la nueva sociedad de acogida, prevaleciendo por

tanto sólo el económico. Todo esto conlleva a un cambio en la escala de valores, donde el trabajo escala posiciones sobre otros aspectos más lúdicos o incluso personales y familiares. Este deseo de trabajar y ganar dinero, hace que la elección de oficios no sea muy estricta, encargándose de tareas u oficios no relacionados con sus estudios o experiencias anteriores ni con su estatus social. Tal como describía un inmigrante:

Sí, el choque fue enorme porque de tener yo empleados, pase a ser empleado, de tener a varias personas al servicio en mi casa, a ser yo la persona de servicio²

Por su parte, Aparicio y Tornos (2005), observaron como la gran mayoría de los inmigrantes españoles encuestados contaban con redes de apoyo familiar antes de salir de su país, aunque en esto encontraron diferencias por nacionalidades (ecuatorianos 73% frente a marroquíes 35,7%; senegaleses 24,5% y rumanos 25%) siendo 1,9 el ratio de familiares por inmigrante. Además, en todos los casos, el principal contacto familiar fueron hermanos. En el caso específico de los ecuatorianos: hermanos (52%), cónyuge (9%), madre (6%), hijos (4%) y padre (2%). Estas redes han sido las que han ejercido un influencia sobre la decisión de emigrar, especialmente en estos colectivos, produciéndose lo que Massey y colaboradores (1998) han denominado "tracción familiar". De todas formas, existen diferencias por nacionalidades y culturas, ya que frente al caso de los ecuatorianos, en el caso de los marroquíes, fueron los amigos el principal elemento en la decisión de emigrar a España (54,1%).

Otros estudios a modo ilustrativo y sin la intención de ser exhaustivos (objetivo éste más amplio de lo pretendido en esta comunicación), podemos citar, los estudios de población de Martínez (2003), o los específicos sobre nacionalidades concretas tales como ecuatorianos (Gómez, 2002) o colombianos (Garay y Medina, 2008).

1.2 El empresariado latinoamericano en el exterior

En Estados Unidos los *hispanos* están considerados como uno de los grupos étnicos más emprendedores (Butler y Herring, 1991, Fairlie, 2004, Portes y Shafer, 2007).

Sin embargo dentro del grupo *hispano*, existen importantes diferencias por nacionalidad. Así, el índice de empresarios mexicanos en Estados Unidos es de un 6%, inferior a la media nacional del 11% (Zarrugh, 2007). Otros estudios sobre población mexicana en los Estados Unidos (Triana, Welsch y Young, 1984; Butler y Herring, 1991; Shim y Eastlick, 1998), muestran a este grupo nacional con una de las menores tasas de emprendimiento (a diferencia de los inmigrantes cubanos, por ejemplo).

Pero, por el contrario, Mora y Davila (2006) señalan que existen importantes diferencias regionales de manera que los porcentajes de empresarios mexicanos en Estados Unidos son más altas en la frontera mexicano-americana que en otras regiones, siendo ahí mayores incluso que el de la población blanca o hispana no-mexicana. Este dato coincide por otra parte con el tradicional asentamiento de los *hispanos* en el sur del país, principalmente en los estados de Texas y California aunque empiezan a aparecer importantes núcleos en las principales ciudades del país (Portes, 2006).

Pero además de las diferencias regionales, otra de las grandes diferencias estudiadas ha sido de género. Shim y Eastlick (1998), mostraron características diferenciales de las empresarias hispanas (tales como ser más jóvenes y tener menor experiencia que los varones). También Jones y Tollous (2002) observaron que las empresarias hispanas tenían mayor necesidad de ayuda y estaban peor preparadas para las obligaciones fiscales asociadas a la empresa que los hombres. Las autoras atribuyen esa carencia a los tradicionales valores machistas de las culturas de origen que han impedido el desarrollado de ciertas habilidades y de su propia seguridad personal.

Junto a estas, han sido estudiadas también otras características personales de los emprendedores hispanos en Estados Unidos que evidencia una mejor calidad del recurso humano frente a otros inmigrantes no-empresarios, tales como un mejor nivel educativo (Shim y Eastlick, 1998), o un mejor acceso y utilización de las fuentes de información profesional (Triana, Welsch y Young, 1984).

En el caso de España, los estudios sobre inmigrantes emprendedores son escasos, parciales y recientes.

Así podemos señalar los trabajos de Ángeles Arjona (2005) sobre empresariado étnico en la provincia de Almería, Saray Dominguez y colaboradores (2005) sobre emprendedores inmigrantes en Navarra, Joaquín Beltrán (2005) sobre el empresariado chino, o Hote y Gasta (2007) sobre vendedores ambulantes en economía informal. Desde una perspectiva de género, podemos señalar los estudios de Laura Oso y María Villares (2005) sobre empresarias dominicanas, argentinas y venezolanas en Madrid y Barcelona. Mención aparte merece la obra *Empresariado étnico en España*, coordinada por Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas (2006) que compendia los principales trabajos sobre esta materia llevados a cabo en nuestro país.

² Extracto de entrevista a inmigrante peruano en Madrid. Extraído de Labrador 2001: 178

Sin embargo, son pocos los trabajos en España y especialmente sobre empresarios latinoamericanos, por lo que el objetivo del presente trabajo es plasmar una visión sobre este colectivo en la comunidad autónoma de Andalucía.

2. METODOLOGÍA

Para conseguir tal objetivo, llevamos a cabo una investigación de carácter cualitativo a través de 28 entrevistas en profundidad con empresarios inmigrantes de origen latinoamericano instalados en Andalucía.

La distribución de las entrevistas por provincia fue: Almería: 2 personas, Cádiz: 4 personas, Córdoba: 3 personas, Granada: 10 personas, Huelva: 3 personas, Jaén: 2 personas, Málaga: 2 personas y Sevilla: 3 personas.

En cuanto a los países de procedencia de los empresarios entrevistados, estos fueron: argentinos: 10 personas, colombianos: 8 personas, ecuatorianos: 7 personas, dominicanos: 1 persona, uruguayos: 1 persona, chilenos: 1 persona, venezolanos: 1 persona.

3. RESULTADOS

3.1 Historia familiar migratoria

Antes de adentrarnos en las características empresariales de los entrevistados, decidimos indagar en las motivaciones para emigrar.

Una primera pregunta giraba en torno al hecho de la elección del lugar hacia el cual emigrar. En el caso de los inmigrantes latinoamericanos, la no exigencia de visado de entrada en España ha condicionado tanto las fluctuaciones de inmigrantes de éstos países, como la motivación de elegir España (y Europa) frente a Estados Unidos como lugar de destino, de manera que antes de 2001, la forma de ingreso en España en muchos de los casos fue como turistas antes de la obligatoriedad de tener visado.

La obligatoriedad de visado para ciudadanos extracomunitarios ha ido cambiando para el ingreso al Espacio Schengen para cada uno de los países: a partir del año 2001 para los ciudadanos de Colombia, Cuba, Perú y República Dominicana (Reglamento CE nº 539/2001), el año 2003 para los ciudadanos de Ecuador (Reglamento 453/2003) y a partir del año 2007 para los ciudadanos de Bolivia (Reglamento 1932/2006). Quedan actualmente exentos de la obtención de visados los ciudadanos de Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

Estos cambios en la legislación en el territorio Schengen, hizo que las prácticas migratorias cambiasen, de manera que antes del año 2001, los flujos migratorios de latinoamericanos hacia Europa haya sido una constante, frente a los mayores impedimentos desarrollados en Estados Unidos. Además en el caso del latinoamericano, España representa la mejor opción tanto por los vínculos culturales ("la madre patria") y sobre todo lingüísticos heredados de la época colonial.

El sudamericano siempre en vez de venir a Europa siempre trató de ir hacia Estados Unidos por una serie de oportunidades y porque nos venden las series americanas. Al ponerse mucho más difícil la entrada los Estados Unidos, pienso que muchos yo, incluso yo, he pensado en emigrar a Miami dado que tengo familiares, pero claro a veces tienes que buscar tus raíces o por una cuestión de lenguaje o habla (Ariel, 34 años)

Sobre el proceso migratorio, cabe resaltar de las entrevistas realizadas que en la mayoría de los casos no tienen experiencia migratoria previa en otros países y que la elección del lugar de destino está condicionada por la existencia de un familiar (un hermano/a) o conocido en una localidad concreta.

Mi hermana vino primero y después vine yo (Manuel, 39 años)

Dicho proceso migratorio se hace de manera individual, produciéndose posteriormente un proceso de reagrupamiento familiar extenso (hijos, pareja, otros hermanos, etc.).

Otra característica del proceso migratorio español es que el inmigrante llega inicialmente a esa localidad instalándose de manera permanente en ella. Resalta la poca movilidad encontrada en los entrevistados (ninguno ha vivido en otra parte de España o en otro país europeo). En todos los casos, la manera de entrar a Europa ha sido la misma: con permiso (sin visado previo) temporal de turista que transcurridos tres meses no retornaban, pasando entonces a la ilegalidad. Las sucesivas normas regulatorias dictadas en España, ha trasvasado este colectivo hacia la regularización.

Existe, por tanto, una actitud generalizada entre los inmigrantes latinoamericanos a instalarse definitivamente en su nuevo país de acogida:

Yo ir a visitar y ver mi cosas, siempre tengo algo allá. Pero vivo aquí y aquí se está muy bien. La tranquilidad que tengo aquí me encanta mucho (Manuel, 39 años)

Al ponerse mucho más difícil la entrada a los Estados Unidos, pienso que muchos, inclusive yo, en unos comienzos antes del 11 S, he pensado emigrar a los Estados Unidos a Miami (Ariel, 34 años).

De todas formas, el deseo de regreso sigue latente en ellos

Me gustaría tener este negocio en Argentina, pero ahora no puede ser (Daniela, 28 años)
Creo que la empresa ira bien y podremos ir y venir de Ecuador solo para ver cómo va. Mi hermana podría llevar el negocio (Virginia, 35 años).

Así como un mantenimiento del sentimiento de identidad nacional y cultural

Tengo una cultura muy buena y que esa nunca olvidare por más que esté en otro país (...) porque extraño mucho mi tierra, sus valores y todo eso siempre lo extraño (Tania, 35 años).

3.2 Motivaciones para crear la empresa

Preguntadas sobre las motivaciones que le empujaron a crear una empresa, la mayoría señalaron la idea de prosperar, sobre todo económicamente ("Creo que puedo ganar dinero, nadie me va a echar de mi negocio") aunque en el caso de las mujeres también para compatibilizar la generación de ingresos con el cuidado de otros miembros de la unidad familiar. De hecho tanto la idea de crear el negocio como el propio desarrollo del mismo se ve condicionado por el cuidado de familiares dependientes (atender al negocio con los niños, cerrar cuando algún niño está enfermo, dedicar menos horas al negocio para cuidar al marido enfermo,...), lo cual evidencia la asunción de la doble responsabilidad de empresaria y madre/esposa sin que ninguna de estas sea descargada o asumida en parte por el cónyuge. En este sentido, destaca también como el negocio es asumido directamente por la mujer, lo que conlleva un cierto desarrollo y grado de independencia personal dentro de la familia aunque también un incremento de las responsabilidades así como cierto nivel de desasosiego y soledad.

Ser autónomo es muy difícil, siempre hay que aparentar que todo va bien y tragarte las lágrimas, hay que trabajar siempre (Gloria, 27 años).
Si, me siento sola, yo completamente feliz no soy (Tania, 35 años).

En cualquier caso no tienen experiencias previas emprendedoras, ni en su país de origen ni en el de acogida, siendo esta su primera incursión en el autoempleo. Este contexto contrasta, sin embargo con una edad temprana en la que empezaron a trabajar así como con la multitud de oficios desempeñados (todos ellos por cuenta ajena).

Las razones serán, por tanto, más de tipo aleatorio (contar con un crédito concedido, encontrar un local, desesperación por encontrar un trabajo) que fruto de la experiencia previa empresarial o profesional.

yo siempre había soñado con tener aquí, ponerme una tienda de chuches (...) pero bueno después los muchachos me dijeron: mira allí en Loja hay inmigrantes, no hay un bar latino donde pueda la gente ir a tomar cervecitas sin... sin ser discriminado. Me anime pues fue que salí a buscar el local y todo eso (Tania, 35 años).

En cuanto al apoyo de las redes sociales, estas han sido principalmente por sus padres en el origen (apoyo en la idea y financiación del viaje) como hermanos/as en destino. En las entrevistas describían este apoyo referido al alojamiento (en algún caso también económico) aunque probablemente junto a este vaya también cierto apoyo psicológico y de orientación de las personas anfitrionas (hermanos/as la mayoría).

De todas formas, la influencia de la familia en la decisión de crear la empresa es baja, ya que la mayoría de los encuestados carecen de antecedentes empresarios directos. Vemos por tanto que la influencia de la familia es escasa, centrándose esta más en el apoyo económico y emocional en alguno de los casos (un lugar donde habitar los primeros meses), que en el ofrecer modelos de conducta vicaria o aprendizaje de actitudes hacia el emprendimiento.

En cualquier caso existe la percepción de no haber recibido ningún apoyo de la red social o familiar ("ha sido un embarazo y parto en solitario" llegó a decir una de las entrevistadas) aunque probablemente las respuestas se refieran más en términos económicos (prestamos) que afectivos, de seguridad u orientativos. De hecho, el dinero es el principal problema que es descrito por los encuestados.

Montar un negocio es muy difícil, hay que empezar con un préstamo e invertir dinero para ir creciendo, pero ese crecimiento es muy lento hace falta mucho dinero, además corres el riesgo de que venga otro negocio y se arruine el tuyo (Gloria, 27 años).

La mayoría de las redes sociales y de amistad, las hacen con personas de su misma nacionalidad, de manera que aunque pueden tener relaciones de amistad con españoles o personas de otras nacionalidades, éstas no son percibidas como tan intensas:

Sí con algún español empleado mío, pero no tan fuerte como con la gente de mi pueblo (Luis, ecuatoriano, 30 años)
Yo me muevo en un mundo de colombianos. Aquí vivo como si viera en Colombia (Manuel, colombiano, 39 años)

En cualquier caso, los entrevistados sí manifestaron un gran apoyo por parte de otros co-étnicos, a diferencia de las redes familiares, aunque este no es financiero sino logístico y emocional:

La gente del país de uno... siempre está colaborando con uno" (Ney, colombiana, 36 años).
El apoyo de mis paisanos siempre. Aquí somos una piña, somos bastante pues pa'lante (Manuel, colombiano, 39 años).
Es uno de mis mejores amigos y tiene un bar como el mío también. Siempre nosotros nos reboteamos pero no tenemos problemas (Manuel, colombiano, 39 años).

Mis hermanos más ayuda moral, que eso también vale mucho. Porque yo quería dar para atrás pero mis hermanos, los que viven aquí, decían que vamos adelante, que te vamos ayudar, que vas a salir (...) de amigos también pero que quieres que te diga, también hay un poco de hipocresía, de envidia (Lorena, ecuatoriana).

De hecho, se constata el escaso apoyo que se percibe de otros compatriotas en la gestación y puesta en marcha del negocio evidenciando una escasa articulación y red de apoyo social fuera del ámbito familiar.

En cuanto a los principales miedos y preocupaciones, estos son de tipo económico. Este hecho se agudiza mucho más tanto por la doble condición de inexistencia de experiencias empresariales previas propias o en su familia (que le permitan tener referentes cercanos válidos) como por la ausencia de redes sociales de apoyo económico. Todo ello hace que el sentimiento de soledad sea importante. De hecho preguntado sobre sus relaciones sociales, la mayoría manifiesta el conocer bastante gente aunque no tienen amigos.

recién llegada si tenía más amigos, pero ahora no. Conozco gente pero las relaciones no son muy frecuentes (Martha, 51 años)
ni darle calor a la gente, ni que la gente diga yo le ayude a ellos. Mi misma...por mi misma persona consigo lo poco que puedo conseguir, si (Tania, 35 años).
los primeros golpes que recibí yo aquí en España fueron de gente de mi propia tierra (Tania, 35 años).

Otros aspectos psicosociales debemos señalar la asunción del rol de emigrante, como de una categoría "distinta" al resto de la población autóctona

somos hijos y nietos de inmigrantes y hemos aprendido a sobrevivir (Martha, 51 años).

Entre los motivos para crear la empresa, éstos son básicamente económicos:

Cuando vimos la necesidad de que mucho inmigrantes venían y que no disponían de trabajo, entonces yo precisamente hablé con los promotores, me fijé bien, hablé con un abogado, me asesoré un poco (Luis, 30 años)
Pues porque puedo ganar más dinero y otro enfoque de la vida mejor (Manuel, 39 años)

Aunque se alteran con otros de tipo personal

Yo padezco un problema de enfermedad de fibromialgia y dedicarme a seguir trabajando cuidando personas mayores eso yo ya no puedo (Lorena, ecuatoriana)

Un caso muy particular es el de los inmigrantes colombianos, donde la situación política del país es uno de los principales motivos para emigrar:

Nosotros teníamos una empresa con mi esposo y allá te empieza la guerrilla a pedir la 'vacuna' supuestamente para protegerte pero al final es para sacarte dinero. Y llega un momento en que tú das y das y cuando tú no tienes de dónde dar entonces ellos de amenazan, tu familia, tus hijos y ya es cuando yo decido: yo me voy de aquí (Lilia, colombiana, 45 años).

La empresa surge como visión de una oportunidad, aunque durante el proceso suelen ser importante el empuje de otra persona.

Surgió la posibilidad de montar mi propio negocio por iniciativa de un conocido mío, un distribuidor mío (Ariel, 34 años)
Esta empresa la tengo con una amiga, pero ahorita mismo las dos no podíamos estar de autónomas. Entonces hay una autónoma y otra como trabajadora (Ney, 36 años).

De todas formas, volvemos a señalar como en el caso de las mujeres, el deseo de poder compatibilizar el trabajo con el cuidado de hijos es uno de los motivos principales para crear una empresa:

Tengo mis tres hijos y quería dedicarles más tiempo, estar yo más con ellos, llevarlos al colegio, traerlos, que comieran conmigo y no en el comedor (Ney, 36 años).
Hubo la posibilidad de montar esto, pues como tengo dos niños (...) me quedaba más fácil trabajar como autónoma (Alexander, colombiana).
Yo teniendo mi propio negocio puedo tenerlos (los hijos) en el colegio y en las tardes aquí conmigo. Era más factible para mí (Alexander, colombiana).

Otro aspecto importante a estudiar en la investigación, era conocer el tiempo que transcurre entre la llegada al país y el establecimiento del negocio, en la medida que este lapso de tiempo nos permitía conocer mejor los tiempos de adaptación social y cultural. De las entrevistas recogidas, hemos podido comprobar como suelen transcurrir en torno a 4-5 años. La decisión de crear una empresa nacerá por tanto unos años una vez legalizada su situación en el país y conocedores del nuevo medio y cultura de la sociedad de acogida. Durante todos esos años, ocuparán diversos puestos de trabajo (limpieza, cuidado de mayores, trabajos agrícolas,...) aunque ninguno relacionado con la actividad de la empresa desarrollada.

Cuando no teníamos papeles teníamos, ya te digo, teníamos que hacer lo que podíamos, pues ya luego conseguimos los papeles y se nos fue abriendo más camino para los inmigrantes que ya teníamos papeles (Tania, 35 años).

Otra característica laboral de estos empresarios serán sus largas jornadas de trabajo así como la ausencia de descansos o vacaciones:

De ocho a ocho de lunes a sábado (Luis, 30 años).
Prácticamente son 14 horas por día (Ariel, 34 años).
Preferimos quizá un poco para no extrañar ni añorar nuestro país, seguir trabajando (Ariel, 34 años).
Doce horas diarias. Los domingos también (Manuel, 39 años).
Las circunstancias me han obligado a que yo no pueda coger vacaciones (Lorena, ecuatoriana).

De los empresarios encuestados, hemos podido observar el establecimiento de negocios étnicos, no ligados necesariamente a una sola nacionalidad, pero sí a un mismo patrón cultural (por ejemplo, tienda regentada por ecuatorianos que venden productos bolivianos). La clientela también en muchos de los casos es co-étnica:

Principalmente colombianos... y luego españoles. También brasileños. Vienen más brasileños que otra cosa (Ney, colombiana, 36 años).

Españoles viene pocos y las españolas casi no vienen (Miriam, ecuatoriana, 35 años).

Decidí crear el negocio en esta zona porque es la zona de inmigrantes (Lorena, ecuatoriana).

Estas redes étnicas se dan asimismo en los trabajadores del negocio, en muchos casos familiares:

Un chico ciudadano brasileño y ahora dos chicas boliviana que son mi esposa y otra chica (Ariel, argentino, 34 años)

Por otra parte, se produce una agrupación espacial de negocios de inmigrantes

Justo al lado, mi cuñada tiene una tienda de ropa (Luis, ecuatoriano, 30 años)

A 100 metros hay también un bar de ecuatorianos (Ariel, argentino, 34 años)

Monté el negocio en esta zona porque hay muchos sudamericanos, esto es muy latino (Ney, colombiana, 36 años).

aunque no podríamos hablar tanto de enclave étnico, como de zonas con rentas o alquileres más bajos en donde se asientan negocios étnicos, pero sin existir relaciones o redes de apoyo entre ellos.

En cualquier caso, el fin principal del negocio, más allá de la supervivencia en el país de destino, es el envío de remesas al país de origen con el fin no solo de financiar a familiares que se quedaron sino para plasmar su ascenso social y económico:

A mi país, básicamente para construirme algo allá (Luis, ecuatoriano, 30 años)

Además, la empresa les permite en algunos casos mejorar su imagen y percepción social que redundan en su propia autoestima:

Más amistades, más popular. 'Ah mire, aquél es el señor del restaurante'. Todo eso le gusta uno, se siente más importante ¿entiendes? Le levanta un poco a uno el ego, la personalidad (Manuel, colombiano, 39 años)

La experiencia emprendedora en España es un aprendizaje que desean plasmarlo en otros lugares, bien a través de otros negocios en la misma localidad llevando la gestión del mismo otro familiar directo o bien creándolo en la propia localidad de origen:

Empecé en Dos Hermanas, monté un restaurante chiquito. Después monté uno aquí en la Cruzcampo y después monté éste (Manuel, colombiano, 39 años)

Mi objetivo es inventarme una empresa allí (Luis, ecuatoriano, 30 años)

Ya di el primer paso y no me gustaría volver a trabajar por cuenta ajena (Ney, colombiana, 36 años).

En cualquier caso estos emprendedores suelen tener una escasa autopercepción como empresario independiente. De hecho a veces cuando habla de sus antiguos patrones los sigue denominando jefes:

He estado a punto de cerrar ya, pero de tenido que hablar con mis jefes, a ver si ellos me dan alguna experiencia que hayan vivido, me apoyo en ellos (Luis, ecuatoriano, 30 años).

Me gustaría conseguir trabajo en una gasolinera ¿sabes? Yo creo que te pagan bien y te respetan tus días libres y tu doble paga...en las gasolineras te pagan bien (Miriam, ecuatoriana, 35 años).

Una de las características en el caso de los emprendedores inmigrantes es la percepción de desinformación sobre las obligaciones que conlleva la gestión de una empresa en otro país diferente, lo que genera un cierto desasosiego a la vez que el establecimiento de un estereotipo muy marcada:

Yo por ser inmigrante estoy un poco desinformado de que uno no paga impuestos (Manuel, colombiano, 39 años)

Finalmente, existe una percepción negativa hacia el exogrupo, de manera que ellos mismos perciben la inmigración (los otros inmigrantes) como un problema a resolver:

España tiene un problema hoy por hoy, que yo considero que es el tema que hay mucha inmigración (Ariel, argentino, 34 años)

En resumen, podemos observar de esta investigación, cómo los emprendedores latinoamericanos en Andalucía poseen una características muy determinadas, influyendo en su decisión motivaciones económicas, pero no personales o sociales aunque dicha condición les reportará beneficios sociales y de imagen.

En cualquier caso, creemos que deberá profundizarse aún más en el estudio de esta población.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparicio, R. y Tornos, A. (2005). *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Arjona, A. (2005). *La economía étnica en el mercado de trabajo de almeriense*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Beltrán, J. (2005). The seeds of Chinatown. Chinese entrepreneurship in Spain. En E. Spaan, F. Hillmann y T. Naersen (eds.) *Asian migrants on the European Labour Markets*. Londres: Routledge (pp 285-312).

- Beltrán, J., Oso, L. y Ribas, N. (2006). *Empresariado étnico en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Butler, J. B., y Herring, C. (1991) Ethnicity and entrepreneurship in America: toward an explanation of racial and ethnic group variations in self-employment. *Sociological Perspectives*, 34, 79-94.
- Durand, J., Telles, E., y Flashman, J. (2006). The demographic foundations of the Latino population. En M. Tienda. *Hispanics and the future of America* (pp: 66-99). Washington, DC: The National Academic Press.
- Fairlie, R. W. (2004). Recent trends in ethnic and racial business ownership. *Small Business Economics*, 23, 203-218.
- Garay, L. J. y Medina, M. C. (2008). *La migración colombiana a España: el capítulo más reciente de una historia compartida*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Gómez, E. J. (2002). *Inmigración ecuatoriana en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Cáritas Española.
- Hote, L. y Gasta, C. (2007). Immigration and street entrepreneurship in Alicante, Spain. *International Journal of Iberian Studies*, 20 (1), 3-22.
- Jones, K. y Tullous, R. (2002). Behaviors of pre-venture entrepreneurs and perceptions of their financial needs. *Journal of Small Business Management*, 40, 233-249.
- Labrador, J. (2001). *Identidad e inmigración. Un estudio cualitativo con inmigrantes peruanos en Madrid*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas.
- Martínez, R. (2003). *La reciente inmigración latinoamericana a España*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Massej, D. Alarcón, R., Durand, J. y González, H. (1987). *Return to Atzlan: The social process of international migration from Western Mexico*. Berkeley: University of California Press.
- Massej, D.; Arango, J.; Hugo, G.; Kouaiuici, A. y Taylor, E. (1998). *World in motions: Understanding International Migration at the End of the Millenium*. Oxford: Clarendon Press.
- Mora, M. T., y Davila, A. (2006). Mexican immigrant self-employment along the US-Mexico border: an analysis of 2000 census data. *Social Science Quarterly*, 87, 91-109.
- Oso, L. y Villares, M. (2005). Mujeres inmigrantes latinoamericanas y empresariado étnico: dominicanas en Madrid, argentinas y venezolanas en Galicia. *Revista Galega de Economía*, 14 (1-2), 1-19.
- Pew Hispanic Center (2009). *Statistical Portrait of the Foreign-Born Population in the United States, 2007*. Recuperado el 15/12/2010 de <http://pewhispanic.org/factsheets/factsheet.php?FactsheetID=45>
- Portes, A. (2006). La nueva nación latina: inmigración y la población hispana de los Estados Unidos. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 116, 55-96.
- Portes, A. y Shafer, S. (2007). Revisiting the enclave hypothesis: Miami twenty-five years later. En M. Ruef y M. Lounsbury (Eds.). *The sociology of entrepreneurship* (pp: 157-190). Oxford: Elsevier.
- Priore, M. J. (1979). *Birds of passage: migrant labor and industrial societies*. Cambridge University Press.
- Shim, S. y Eastlick, A. (1998). Characteristics of Hispanics Female Business Owners: An Exploratory Study. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 18-34.
- Triana, A. R., Welsh, H. P. y Young, E. C. (1984). Information Search Patterns among Hispanic Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 22(4), 39-48.
- Zarrugh, L.H. (2007). From workers to owners: Latino entrepreneurs in Harrisonburg, Virginia. *Human Organization*, 66 (3), 240-248.