

MUJERES INMIGRANTES LATIIONAMERICANAS Y EMPRESARIADO ÉTNICO: DOMINICANAS EN MADRID, ARGENTINAS Y VENEZOLANAS EN GALICIA

LAURA OSO CASAS / MARÍA VILLARES VARELA

Departamento de Sociología, Ciencia Política y de la Administración

Facultad de Sociología

Universidad de A Coruña

Recibido: 11 de enero de 2005

Aceptado: 28 de febrero de 2005

Resumen: Este artículo presenta, desde una perspectiva comparada, las estrategias empresariales de las mujeres inmigrantes dominicanas en Madrid y de las argentinas y de las venezolanas en Galicia. El texto se centra 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; el empresariado como estrategia de continuidad profesional y la empresa como una estrategia de movilidad social familiar.

Palabras clave: Migración femenina / Mujeres inmigrantes empresarias / Empresariado étnico / Migración y movilidad social / Migración dominicana / Migración argentina / Migración venezolana / Inmigración latinoamericana en España.

LATIN AMERICAN IMMIGRANT WOMEN AND ETHNIC ENTREPRENEURSHIP: DOMINICAN WOMEN IN MADRID, ARGENTIN AND VENEZUELAN WOMEN IN GALICIA

Abstract: The article presents, from a comparative point of view, the entrepreneurial strategies of immigrant women from Dominican Republic in Madrid, and from Argentina and Venezuela in Galicia. The article focuses on the main variables that improve or not the entrepreneurial strategy: the family situation and the type of migration (married women, women heads of households, single women without economic charges); the social and community networks; the presence of "ethnic enclaves"; the entrepreneurial experience in the country of origin the family socialisation in self-employment and the culture of origin. The articulation of this variables will determine the different entrepreneurial social mobility strategies; entrepreneurship as a refuge strategy, entrepreneurship as a professional continuity strategy and entrepreneurship as a family social mobility strategy.

Keywords: Female migration / Entrepreneur immigrant women / Ethnic entrepreneurship / Migration and social mobility / Dominican migration / Argentine migration / Venezuelan migration / Latin American immigration in Spain.

1. INTRODUCCIÓN

Desde que en los años ochenta Wilson y Portes (1980) cuestionaron la hipótesis, hasta entonces aceptada, según la cual el enclave étnico era descrito como un espacio de explotación para pasar a ser considerado como un espacio de aprendizaje, *el debate académico sobre las empresas étnicas no ha hecho más que acrecentarse*

(Waldinifer, 1993). Según estos dos autores, la *economía étnica se constituía como una vía de ascenso social para los inmigrantes que difícilmente encontraban una posibilidad de movilidad social en el mercado secundario autóctono*. El estudio de Wilson y Portes sobre el enclave de inmigrantes cubanos de Miami mostraba que los inmigrantes empleados por sus compatriotas se encontraban en una mejor posición que aquellos que trabajaban en el sector secundario autóctono. A pesar de los bajos salarios, los inmigrantes aceptaban trabajar en la economía de enclave durante una temporada, lo que les permitía aprender la profesión para poder establecerse posteriormente por cuenta propia e iniciar, así, su propio ascenso social (Waldinifer, 1993). A pesar de las críticas que suscitaron las reflexiones teóricas derivadas de los trabajos de Wilson y Portes, así como de su continuación (Portes y Bach, 1985; Portes y Manning, 1986), una *línea de análisis quedó abierta, orientada a la concepción del empresariado étnico como una vía de movilidad social para los inmigrantes*.

El advenimiento de la *sociedad* postindustrial y la nueva división internacional del trabajo ha traído consigo un descenso progresivo del empleo en el sector industrial, en el que tradicionalmente se ocupaban los inmigrantes, en beneficio de una progresiva terciarización y de una cualificación del trabajo. 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 las limitadas oportunidades de empleo no cualificado en el sector servicios* (Marie, 1992; Blaschke *et al.*, 1990).

Así, la nueva reestructuración económica ha determinado el crecimiento del empresariado étnico, lo cual ha favorecido el interés académico y político por este fenómeno; interés, a su vez, alimentado por el desarrollo progresivo de una representación positiva del empresariado étnico, que se contrapone a la visión de la inmigración ligada a la marginación, a la delincuencia... Esa imagen a veces considera el empresariado étnico como una vía de integración, entendida en el sentido de éxito social (Body-Gendrot, Ma Mung, 1992). No obstante, si la literatura sobre empresariado étnico en Estados Unidos y en Europa ha ido desarrollándose poco a poco, son muy escasos los estudios que se han centrado en el papel de la mujer inmigrante como emprendedora (Morokvasic, 1991; Hillmann, 1999).

La invisibilidad de la cual han gozado tradicionalmente las inmigrantes, y que ya ha sido ampliamente denunciada por la literatura sobre género e inmigración, ha alcanzado igualmente a aquellas que se emplean por cuenta propia. *El interés por el estudio del empresariado étnico desde una perspectiva de género deriva del hecho de que implica un conjunto de nuevos interrogantes*. Como señala Morokvasic, pueden formularse una serie de cuestiones a la hora de abordar el estudio de las mujeres inmigrantes que trabajan por cuenta propia: ¿cómo acceden las mujeres inmigrantes al autoempleo y cuáles son los beneficios para ellas de trabajar en esta

actividad?; ¿las oportunidades para acceder al autoempleo son mayores para los inmigrantes varones que para las mujeres?; ¿el cambio del estatus de la mujer de trabajadora dependiente a independiente trae consigo un cambio en las relaciones de género? (Morokvasic, 1999, p.7).

Si la investigación en España ha desarrollado pocos estudios sobre empresariado étnico en general, la situación de las mujeres inmigrantes emprendedoras es aún más desconocida, siendo casi inexistentes los trabajos en este terreno¹. Este artículo presenta algunos de los resultados obtenidos en una investigación desarrollada para el Instituto de la Mujer sobre mujeres inmigrantes empresarias². A lo largo del texto se analizan, desde una perspectiva comparada, las estrategias empresariales de las mujeres dominicanas en Madrid, así como de las mujeres argentinas y de las venezolanas en Galicia³. La hipótesis de partida de esta investigación fue que la *estrategia empresarial puede constituirse en una alternativa de movilidad social y de salida de los sectores laborales clásicos reservados a las mujeres inmigrantes en este país*, como la limpieza, el cuidado de niños y de ancianos, la hostelería o la prostitución; es decir, en una posibilidad de movilidad social para las mujeres inmigrantes. Así, nosotros seguimos la línea de investigación que en su día abrieron Wilson y Portes: el estudio del empresariado étnico como una estrategia de movilidad social. No obstante, si ésta fue nuestra hipótesis principal de partida, los resultados de la investigación ponen de manifiesto que, más allá de una relación lineal (empresariado étnico/movilidad social), nos encontramos ante una variedad de situaciones que configuran estrategias empresariales y de movilidad social de manera diferente para las mujeres, según la combinación de una serie de variables. *El objetivo fundamental de este artículo es, precisamente, analizar estas variables, 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*

¹ Véase el capítulo dedicado a las trabajadoras por cuenta propia en el estudio del IOE (2001).

² *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes*, investigación dirigida por Laura Oso Casas. Esta investigación incluyó la realización de un trabajo de campo cualitativo (en el que, además de las autoras de este artículo, participaron también otras investigadoras como Natalia Ribas, Amelia Sáiz, Irene López y Marta Carballo) con mujeres inmigrantes dominicanas y ecuatorianas en Madrid, marroquíes y chinas en Barcelona, así como argentinas y venezolanas en Galicia. En las páginas que siguen analizaremos, de manera comparativa, sólo los resultados del trabajo de campo llevado a cabo por las autoras de este artículo, por un lado, con mujeres dominicanas en Madrid y, por otro, con mujeres argentinas y venezolanas en Galicia (Oso, 2004). Un primer intento de comparar los resultados de este trabajo de campo sobre la base de la problemática del empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes fue igualmente llevado a cabo por Oso y Ribas (2004) con mujeres dominicanas en Madrid y marroquíes en Barcelona.

³ El análisis que presentamos a continuación resulta de la explotación de doce entrevistas en profundidad, realizadas con mujeres dominicanas empresarias en Madrid, de dos entrevistas a informantes clave, así como de los resultados de los trabajos anteriores llevados a cabo por la autora (Oso Casas y Machín Herranz, 1993). Un total de diez personas fueron contactadas a lo largo del trabajo de campo con mujeres dominicanas en Madrid. El trabajo de campo realizado para el estudio cualitativo de empresarias inmigrantes en Galicia se ha basado en la realización de un total de 21 entrevistas en profundidad semidirigidas a mujeres originarias de Argentina (9) y de Venezuela (10), principalmente; y dos entrevistas complementarias a mujeres procedentes de Uruguay. En todos los casos se trata de mujeres que trabajan por cuenta propia, solas o con algún familiar. La selección de las mujeres que iban a ser entrevistadas se ha circunscrito a los municipios de A Coruña y de Vigo, por ser estas ciudades los principales focos de recepción de inmigrantes de la Comunidad Autónoma gallega.

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. Mostraremos cómo, en función de la articulación de estas variables, se configuran las diferentes estrategias empresariales de movilidad social para las mujeres inmigrantes: la vía empresarial como estrategia refugio, el empresariado como estrategia de continuidad profesional y la empresa como una estrategia de movilidad social familiar. Pero, antes de esto, vamos a ver cómo se fueron configurando estos dos flujos migratorios, en Madrid y en Galicia, y cuáles son sus particularidades.

2. ESTRATEGIAS MIGRATORIAS DE LAS DOMINICANAS EN MADRID Y DE LAS ARGENTINAS Y DE LAS VENEZOLANAS EN GALICIA

La República Dominicana ha sido tradicionalmente un país emisor de mano de obra, aunque los destinos habituales de esta migración han sido Puerto Rico y Estados Unidos. No obstante, a finales de los años ochenta y a principios de los años noventa, los dominicanos empiezan dirigirse a España, siendo la importante presencia de las mujeres una de las características que distinguen este nuevo flujo migratorio. En efecto, del conjunto de los inmigrantes en España, los dominicanos son aquellos que presentan un índice más elevado de feminización, siendo la presencia de mujeres (cerca del 63%) mucho más elevada que la de hombres (INE, 2005). Esta característica aún estaba más marcada en los inicios de este flujo migratorio. En efecto, en el año 1992 el 82,1% de los dominicanos con un permiso de residencia en vigor eran mujeres (dato extraído de la estadística sobre permisos de residencia a extranjeros del año 1992).

El aumento de estas corrientes migratorias fue consecuencia de la mayor permeabilidad de las fronteras españolas en el momento en que empezaron a desarrollarse los flujos de entrada. Hasta el mes de septiembre de 1993, los ciudadanos dominicanos no necesitaban visado para entrar como turistas y para permanecer durante tres meses sobre el territorio. Aprovechando esta coyuntura, así como la demanda de mujeres para el servicio doméstico que se desarrolló en las grandes ciudades españolas, y en concreto en Madrid, las pioneras de la inmigración dominicana a España fueron llegando e introduciéndose en el mercado de trabajo español. Nos encontramos con una corriente migratoria en la que el peso de mujeres jefas de hogar, que optan por el éxodo como una estrategia de mantenimiento del hogar transnacional, es fuerte. En efecto, para las mujeres dominicanas en España la migración se constituye a veces una estrategia del hogar dirigido por una mujer. Mujeres separadas, viudas, divorciadas, madres solteras, o casadas que dejan a sus maridos en el país de origen abundan entre las mujeres que salieron desde la República Dominicana hacia España en busca de una vida mejor para su familia (Oso,

1998). Una cadena migratoria que sigue estando protagonizada por mujeres, aunque en la actualidad se haya ido equilibrando en mayor medida ante la llegada de hombres.

Entre la comunidad dominicana en Madrid se encuentran focos de asentamiento de inmigrantes, como los barrios de Cuatro Caminos, Alvarado, Valedeacederas, Prosperidad, Aluche, Alcobendas y Fuenlabrada. De la concentración de dominicanos en espacios públicos, característica de principios de los años noventa (como la concentración en el denominado “parque” de Aravaca-Plaza de la Corona Boreal), se ha pasado a un mayor asentamiento de la comunidad. La migración dominicana ha ido dando lugar a la formación de lo que podríamos denominar como un “enclave” étnico⁴: el barrio de Cuatro Caminos. En este barrio se han desarrollado negocios que ofrecieron diversos servicios a los dominicanos (bares, agencias de viaje, agencias de envío de dinero, locutorios, supermercados, tiendas de ropa, etc.).

Para las mujeres argentinas y venezolanas la decisión de migrar suele ser, en la mayoría de los casos, una opción conjunta en el marco de la familia nuclear. Todas nuestras entrevistadas llegaron casadas o con pareja a España. Para estas mujeres y para sus familias, la migración se configura como un proyecto de supervivencia de una “clase media deteriorada” a causa de la actual situación social, económica y política de Argentina y de Venezuela. Para las mujeres argentinas, y sobre todo para las que llegaron tras la “crisis del *corralito*”, la migración estuvo marcada por la falta de un empleo estable, por la incertidumbre ante los deseos de prosperar y por la inseguridad ciudadana. Estas mujeres llegaron a España buscando una calidad de vida que se había perdido en su país, así como un estado del bienestar más sólido (un buen sistema sanitario y educativo gratuito). Para las mujeres venezolanas la inseguridad ciudadana como causa de la migración aún está más presente que en el caso de las argentinas. En muchas ocasiones, la “psicosis” que manifiestan vivir en Venezuela a causa de los constantes atracos y secuestros está detrás de la decisión de migrar, de tal manera que el problema económico y la falta de salidas profesionales no se configuran como factores realmente desencadenantes de la marcha, ya que el factor desencadenante de esa marcha es la violencia. Se trata de una inseguridad extensible también a la salud pública, al sistema jurídico e, incluso, al sistema monetario (patente, por ejemplo, en las continuas devaluaciones de la moneda).

El aterrizaje en tierra gallega de estas mujeres y de sus familias no es arbitrario. Galicia parece configurarse como un relevante foco de acogida de los inmigrantes procedentes de países a los que tradicionalmente emigraban los gallegos. Tanto los argentinos como los venezolanos se localizan en la Comunidad Autónoma a través de los lazos que sus padres, sus abuelos y/o sus maridos ataron con Latinoamérica

⁴ En términos de Portes (Portes, 1980; Herranz, 2000), el enclave étnico o inmigrante hace referencia a grupos de inmigrantes concentrados espacialmente, que organizan una variedad de empresas, que aglutinan fuerza laboral coétnica, consumidores, etc.

décadas atrás. El peso de los lazos con la comunidad gallega favorece el asentamiento en este territorio, facilitando una integración jurídica y social de estos inmigrantes. En efecto, muchas de las argentinas y de las venezolanas entrevistadas tienen la nacionalidad española o están gestionándola. La regularidad jurídica otorga a las mujeres venezolanas y a las argentinas una indiscutible ventaja (acceso al mercado de trabajo formal y a la vivienda, etc.), en su trayecto migratorio, frente a las dominicanas.

Aunque estos inmigrantes son reconocidos por las administraciones como retornados, gozando de todas las ventajas jurídicas y sociales que esto supone, se podría utilizar la noción de “falso retornado”, ya que *de facto* estos migrantes no nacieron en España, y después emigraron y regresaron, sino que vieron la luz en tierras americanas donde desarrollaron una parte importante de su ciclo vital, siendo realmente sus padres los protagonistas del éxodo. Ellos son únicamente descendientes que recuperan el vínculo con la tierra gallega por las puertas que estos lazos abren al continente europeo, de modo que se produce una reinención de identidades, una resignificación de los vínculos de parentesco que unen a estos migrantes con Galicia. Así, los “falsos retornados” necesitarían reinventar estos vínculos para justificar su proyecto migratorio supuestamente de “retorno”. Además, se produce una resignificación ideológica, simbólica y relacional de estos lazos en primera persona, aunque hayan sido sus padres y sus abuelos los que dejaron líneas de parentesco y afecto abiertas décadas atrás⁵.

3. EL CAMINO HACIA EL EMPRESARIADO

La peluquería es la empresa que en mayor medida suelen montar las mujeres dominicanas en Madrid. Este tipo de empresa surge para darle servicio principalmente a la comunidad dominicana o inmigrante, alimentándose de la economía étnica. En sus inicios las peluquerías dominicanas reagrupaban a todas las chicas que trabajaban en el servicio doméstico y que necesitaban de tratamientos especializados para peinar su cabello⁶. No obstante, la llegada de inmigrantes procedentes de otros países (de África, de Latinoamérica) llevó a nuestras empresarias dominica-

⁵ Los “falsos retornados” no retornan *de facto*, simplemente llegan a la tierra de sus antepasados. En el discurso de las mujeres entrevistadas es frecuente hacer mención al fortalecimiento de lazos con el territorio gallego que, hasta el inicio del proyecto migratorio, eran líneas afectivas difusas en el imaginario familiar. Se encuentran con familiares con los que se mantuvo relación a través de padres o de abuelos, con hábitos y pautas de ocio que se resignifican a medida que se produce el asentamiento y un mayor contacto. Así lo recogen Bryceson y Vuorela: como la idea de pertenencia construida en la práctica diaria de Anderson (Anderson, 1983; Bryceson y Vuorela, 2002) dentro de una comunidad imaginada (*imagined communities*), las familias también son comunidades imaginadas en las que los lazos se reinventan cuando es necesario para desarrollar el ciclo vital y, en este caso, también migratorio.

⁶ El tipo de pelo rizado característico de la comunidad dominicana, y la tradición en los peinados que acostumbra a llevar esta población, no se adapta a las peluquerías españolas. Existe una demanda de servicios de peluquería especializados en tratamientos con productos importados, como el desrizado, etc.).

nas a abrir sus negocios a mujeres de otras procedencias, diversificándose el origen étnico de la clientela. Más allá de la demanda de este tipo de servicio por parte de las mujeres inmigrantes, otra de las causas del auge de negocios de peluquería entre las dominicanas es el bajo grado de instrucción de algunas mujeres de esta procedencia⁷. Para aquellas que disponen de un escaso nivel educativo la peluquería se convierte en una de las pocas alternativas a la hora de poner un negocio. La mayoría de las mujeres dominicanas disponen, gracias a la tradición cultural y a la socialización en su país de origen, de unos conocimientos mínimos para “poner los rulos y peinar”. Aprendieron desde pequeñas, siendo habituales en la sociedad dominicana algunos tratamientos como el alisado y peinado del cabello rizado. Tradicionalmente, las dominicanas “se peinan unas a otras”, por lo que la mayoría dispone de unas mínimas habilidades como peluqueras. Es también un negocio que no necesita de una inversión importante. Además, la Administración española no requiere diplomas para poder montar una peluquería dominicana, por lo que se trata de una estrategia adaptada para aquellas mujeres que no disponen de cualificación ni de muchos recursos económicos⁸.

En el caso de las empresarias argentinas y venezolanas en Galicia, encontramos una tipología de negocios más diversa que la que acabamos de ver para el colectivo dominicano en Madrid. A lo largo del trabajo de campo hemos contactado con mujeres que, fundamentalmente, han puesto negocios orientados al sector servicios, desde librerías, kioscos, restauración, ciber-cafés, tiendas de regalos y decoración, textil, bisutería, franquicias de tintorerías y panaderías, etc. La estrategia depende, fundamentalmente, de la experiencia que se cuente en esa actividad y del capital del que se disponga: algunas profesionales intentan montar la empresa en función de su profesión (algunas de las mujeres con las que contactamos montaron clínicas

⁷ El estudio que realizamos en Madrid en el año 1992 con inmigrantes originarios del suroeste de la República Dominicana puso de manifiesto que, en efecto, el nivel educativo de muchas mujeres era bajo. Procedían del medio rural y, en muchos casos, no habían pasado por una migración intermedia antes de la transoceánica, de manera que de pequeños pueblos como Vicente Noble llegaban directamente a Madrid (Oso Casas y Machín Herranz, 1993). Por su parte, la encuesta llevada a cabo por IOE señala, igualmente, la importancia del carácter rural de la inmigración de trabajadores domésticos procedentes de este país; un 43% de los encuestados provienen de municipios de menos de 10.000 habitantes. Esta encuesta revela la importancia numérica del campesinado entre los familiares de los inmigrantes encuestados de origen dominicano (IOE, 2001, pp. 268 y 270). Un 42% de los trabajadores domésticos dominicanos tenían sólo estudios primarios, mientras que aquellos sin estudios representaban un 0,6% de los encuestados. No obstante, no podemos olvidar que un 41% de los dominicanos trabajadores del servicio doméstico en España disponían de estudios secundarios, alcanzando un 17% aquellos con estudios superiores. Así, desde el punto de vista global, el nivel de estudios de los empleados de hogar dominicanos es superior al de los trabajadores españoles en este mismo sector, entre los cuales más de un 4% no tienen ningún tipo de estudios, el 50% sólo estudios primarios, y llegando sólo aquellos con estudios secundarios y superiores a un 30% y a un 16%, respectivamente.

⁸ “Aquí en España todavía no han puesto muchos requisitos para montar una peluquería, no tienes que tener un título homologado por el Ministerio de Educación, no es como en Estados Unidos que tienes que pasar primero un examen. Por eso todo el mundo pone peluquerías. Aquí no hay una retención de decir: «vamos a ver si esa persona es peluquera». Aprenden en los patios a poner un alisado para quitar las ondas del cabello, a hacer unos rulos y ya ¡venga!, ¡vamos a montar una peluquería! “Yo digo que por eso se ha dado tanto aquí (...) las facilidades que tienes. A lo mejor, con dos millones de pesetas tú te montas una peluquería. No es un negocio que lleve tanto tiempo” (Patricia, peluquera dominicana).

veterinarias); la elección de la puesta en marcha de un café responde a que no se necesita un conocimiento específico y a no resulta tan costoso como otros negocios; el sistema de franquicias implica una alta inversión pero luego requiere de un esfuerzo mínimo en cuanto a remodelación del local, publicidad, suministro de materiales, etc.; otras entrevistadas desarrollaron estrategias en las que recuperan *hobbies* (artesanía, por ejemplo) o habilidades “extraprofesionales” que tenían en origen y que convierten en iniciativa empresarial en Galicia. El nivel educativo de las venezolanas y de las argentinas entrevistadas es, generalmente, alto⁹. A diferencia de las mujeres dominicanas, las argentinas y las venezolanas entrevistadas llegan a Galicia ya con la idea de trabajar por cuenta propia desde un principio. Al contar con redes familiares españolas, tienen una información privilegiada sobre la situación del mercado de trabajo en España, de la problemática de la homologación de estudios en el caso de las venezolanas, así como sobre la dificultad de encontrar un empleo estable y acorde con su cualificación.

Veamos con más detalle qué variables intervienen en la configuración de las estrategias empresariales de nuestras protagonistas.

4. VARIABLES DETERMINANTES DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

◆ *Situación familiar y tipo de migración* (mujeres casadas, jefas de hogares monoparentales o solteras sin cargas familiares). El trabajo de campo pone de manifiesto que el proceso de acumulación de dinero necesario para poder montar un negocio se ve facilitado en el caso de mujeres que se encuentran con su pareja en España, que es el caso de la mayoría de las argentinas y de las venezolanas entrevistadas, así como de algunas de nuestras informantes dominicanas. Es más fácil ahorrar para una pareja de inmigrantes que para una mujer sola, ya que ésta difícilmente podrá lograr los objetivos de ahorro para la inversión inicial que supone el negocio.

Las argentinas y las venezolanas empresarias llegan a España ya con los recursos económicos necesarios para la inversión, gracias a la venta de propiedades y al ahorro acumulado en los años de trabajo de ambos cónyuges en el país de origen. La parte más importante de los fondos procede de esta fuente; en algunos

⁹ De las 21 mujeres entrevistadas, 10 tienen estudios medios y 11 superiores. Además, la gran mayoría tiene una experiencia laboral mínima de 10 años en su profesión en su país de origen (a excepción de las más jóvenes). Una diferencia en la inserción en España de las mujeres argentinas y de las venezolanas es el tema de la homologación de los estudios. Para las argentinas, el proceso no es traumático puesto que existe un convenio de homologación entre España y Argentina para un buen número de titulaciones. La mayoría de las venezolanas entrevistadas, al no existir este tipo de convenios, aún no han logrado la homologación de su titulación excepto en un caso. A veces han obtenido una convalidación parcial del título o bien con una gradación menor de que la que disfrutaban en su país. Además, muchas de nuestras informantes venezolanas no tiene intención de tramitar la homologación, puesto que este proceso implica completar las materias no homologadas en España, y eso supone un fuerte coste de tiempo y de esfuerzo.

casos, se recurre a los préstamos para completar la parte del capital que les falta.

En el caso de las mujeres dominicanas, el hecho de tratarse de jefas de hogares transnacionales determina que el ahorro del que disponen las mujeres inmigrantes como empleadas de hogar tenga que destinarse, a modo de remesas, a su país de origen para mantener a los hijos, de manera que se frenan las posibilidades de acumulación para poder montar un negocio en España. Las jefas de hogares monoparentales se encuentran más ahogadas por la necesidad de enviar transferencias monetarias a la República Dominicana, dificultando su capacidad de ahorro. La presión del hogar transnacional bloquea la estrategia empresarial de esas madres solteras, separadas, viudas o divorciadas que deben enviar dinero a su país de origen para “sacar adelante a sus hijos”.

En el caso de las mujeres dominicanas, se observa que el matrimonio con un español les abre puertas al proceso empresarial: por un lado, les facilita la adquisición de recursos económicos para la inversión inicial del negocio y, por otro, elimina las barreras administrativas con las que se encuentran las inmigrantes a la hora de montar una empresa. La experiencia empresarial de los hombres españoles con los que se han casado o con los que se han juntado algunas de las mujeres dominicanas entrevistadas también facilita la apertura del negocio. La estrategia matrimonial (matrimonio dominicano o matrimonio mixto con un español) se constituye, por lo tanto, en un factor determinante que abre el camino a la estrategia empresarial para las mujeres dominicanas.

♦ *Las redes sociales y comunitarias y la presencia de “enclaves” étnicos.* Las redes sociales y comunitarias actúan como mecanismos para facilitar los trámites que se requieren a la hora de abrir el negocio: información y consejos sobre gestiones administrativas, avales bancarios, etc. Las dominicanas empresarias se suelen apoyar en compatriotas para conseguir informaciones y consejos sobre cómo montar una empresa en España. Los primeros empresarios van aconsejando a los nuevos y, sobre todo, aquellos que disponen de mayores recursos económicos y educativos, sirviendo incluso de avalistas o facilitando el capital inicial que se requiere para montar la empresa. Las asociaciones de inmigrantes también facilitan los trámites administrativos y prestan ayuda a las mujeres a la hora de montar una empresa. El enclave étnico de Cuatro Caminos funciona como un colchón, apareciendo como un contexto que facilita la vía empresarial, así como la inserción en la sociedad de acogida.

La socialización como asalariado en un negocio coétnico supone, igualmente, una estrategia de aprendizaje en la vía empresarial que adoptan algunas de las mujeres dominicanas. Algunas de nuestras entrevistadas trabajaron de asalariadas en España para peluquerías hasta que consiguieron el capital necesario para poder montar su negocio propio. El trabajo asalariado se constituye, así, en un paso previo a la vía empresarial. Supone una socialización en el funcionamiento de una

empresa, así como en los trámites administrativos y en la adquisición de una clientela. Esta estrategia reproduce el esquema tradicional apuntado por Wilson y Portes (1980), según la cual los inmigrantes aceptan trabajar en la economía étnica durante una temporada, aunque las condiciones de trabajo sean duras, porque eso les permitirá el aprendizaje de la profesión y también poder establecerse más tarde por cuenta propia montando su propio negocio.

En Galicia no se puede hablar de enclave étnico debido a la menor presencia de la población inmigrante. Las mujeres argentinas y las venezolanas contactadas recurren a la red de familiares o de conocidos que sus padres, sus abuelos o sus cónyuges dejaron en España. Los gallegos del otro lado del océano mantuvieron un vínculo con Galicia y ahora sus descendientes retoman estas redes en su proyecto vital y migratorio. Generalmente, las mujeres entrevistadas utilizaron este tejido para la puesta en marcha del negocio, así como para su instalación en tierras gallegas. El tejido social funciona para diversas cuestiones: avales de alquileres del local, asesoramiento sobre las zonas de emplazamiento del negocio, información sobre la existencia de ayudas institucionales, búsqueda de empleados, promoción de la empresa, búsqueda de vivienda, etc. De este modo, parece que los lazos afectivos y familiares se reinventan: los gallegos, o la diáspora gallega en Latinoamérica, echaban mano del enclave inmigrante, y sus hijos y nietos echan mano de la familia en su itinerario migratorio con la misma finalidad. Es preciso destacar, además, como algunas de las mujeres entrevistadas disertan sobre la peculiaridad de Galicia respecto a la necesidad de cubrirse de una buena red de familiares y de amistades en su itinerario migratorio. En este sentido, esta red facilita la inserción residencial y laboral, pero también ofrece ayuda en otros ámbitos de la vida cotidiana. La red social es especialmente valorada en su instrumentalidad potencial: red de conocidos, amigos y familiares desde la cual se establecen relaciones de "clientelismo" (Lamela, 1998).

♦ *La experiencia empresarial previa, la socialización familiar en el trabajo por cuenta propia y los valores culturales de origen.* La experiencia empresarial previa en el país de origen como dueña de un negocio, en República Dominicana, en Argentina o en Venezuela, es fundamental para incentivar a las mujeres a montar un negocio cuando llegan a España. La cualificación y la experiencia profesional en el oficio también benefician la estrategia empresarial. El hecho de proceder de una familia emprendedora también se constituye en un factor importante que facilita el espíritu empresarial, o el hecho de haberse socializado y haber convivido en el marco de un contexto familiar en el que el modelo de referencia es el trabajo por cuenta propia.

En el caso de las empresarias argentinas y de las venezolanas se produce una *resignificación de la puesta en marcha del negocio de los descendientes de gallegos socializados en el trabajo por cuenta propia que llevaban a cabo sus padres*. Las hijas de gallegos señalan que están socializadas en el trabajo por cuenta propia ya

que sus padres también fueron inmigrantes emprendedores¹⁰. Así, la idea del ahorro para invertir capital en el negocio, de asumir riesgos, etc., parece ser percibida como una característica más en la socialización de estas mujeres. De este modo, algunas de nuestras informantes afirman relativizar las desventajas del trabajo por cuenta propia y asumirlas como algo habitual, incluso aunque en su país de origen hayan desempeñado trabajos como empleadas por cuenta ajena y nunca como empresarias¹¹. Nuestras informantes aseguran que la migración es un fenómeno selectivo psicológicamente, que hace que los inmigrantes estén más preparados para el riesgo.

“A los 9 años yo ya iba a Hacienda a resolver los papeleos a mis padres. Sí, eso es otra cosa, tenías que ayudar a tus padres en los negocios familiares, cosas que cuando había que enfrentarse a contables, a abogados, tú con 12 años tenías una cultura superior a la de tus padres. Entonces, otra vida no la conozco. Sí, conozco la vida universitaria, pero también todo el tema del comercio, de préstamos, de concesiones, de papeleos, y sí que controlas porque es lo que has vivido. La diferencia es que yo soy universitaria y tengo una consulta veterinaria y mi papá tenía un bar y mi mamá una fábrica de paraguas. Pero es la única forma que encuentras de sobrevivir porque como obrero no alimentas, no educas a tus hijos (...). Entonces las historias están ahí. Yo vi a mi padre levantarse a las 4 de la mañana y acostarse a las 12. Yo vi a mi madre en el taller de costura, cuando los obreros no querían acabar los pedidos y hacer horas, trabajar sábados, domingos y noches. ¿Quién es el emprendedor? (...) Pero es lo que aprendiste a hacer, y no tengo esa opción, no la vi en mis antecesoras (...). «El uruguayo y el argentino como emprendedores» es un artículo que apareció en La Voz no hace mucho, y era sobre un chico argentino que puso un bar en Lugo y ahora es centro de reunión de retornados latinoamericanos. Él y yo somos lo que nos han criado. No vimos a ningún hijo de gallegos emigrantes, que somos el 90% de la gente que llega, vivir de un empleo público a sus padres; ni de un empleo de 250.000 y llegar a las tres a casa. Entonces, cuando tenemos que pasar por ello, pues pasas” (Teresa, veterinaria uruguaya).

Por otra parte, la cultura de origen también influye en la mentalidad emprendedora. Las mujeres dominicanas están acostumbradas a mantener a sus hijos, y para ello tienen generalmente que poner en marcha estrategias empresariales, muchas

¹⁰ El amparo en la economía étnica como una vía de ascenso social para los inmigrantes que no encontraban una posibilidad de movilidad social en el mercado secundario autóctono (Wilson y Portes, 1980) parece haber sido la estrategia de los gallegos emigrados a Latinoamérica.

¹¹ Esta resignificación de su papel productivo a la hora de cruzar el Atlántico –tanto para los gallegos vía Latinoamérica como para sus descendientes en el camino de vuelta– parece acomodarse a la hipótesis de Waldinger *et al.* (1990), recogida por Herranz (2000), en referencia a las características de los grupos étnicos. En este sentido, además de las condiciones del mercado en el país de destino, es preciso valorar las características de los grupos étnicos para explicar la emergencia del empresariado migrante. Las características del grupo incluyen tanto factores de predisposición como la movilización de recursos. En esta línea aparecen factores de predisposición configurados por elementos como la cualificación, la experiencia en los negocios, el conocimiento del idioma y el nivel socioeconómico de aspiración.

veces en la economía informal (venta de alimentos, de ropa, etc.). Es una cultura caracterizada por el hábito del “buscarse la vida”, debido a las dificultades económicas con las que se tienen que enfrentar las 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.

“Yo me decía: yo tengo que hacer algo porque en mi país yo no vivía así, de brazos cruzados. En mi país tenemos la costumbre de que cada uno se busca la vida de cualquier manera, que no tiene por qué necesariamente ser asalariado. Por ejemplo: yo vivo aquí y de pronto me pongo a vender empanadas en la esquina y ya me gano la comida de mis hijos vendiendo empanada, crema de habichuelas, haciendo cualquier tontería. La mujer dominicana no se sienta a vivir del salario del marido. Y para vivir del salario del marido, tiene que ganar el marido mucho dinero; de lo contrario, la mujer que tiene el hombre pobre tiene que hacer algo (...). En la República Dominicana muchas mujeres no pueden ir a trabajar en casas de familia porque tienen que cuidar de sus niños, y si no está preparada para ganar un salario en una oficina, tiene que ponerse en una esquina a vender pan dulce, a vender empanada, arepas de maíz... Viene el marido de trabajar y se pone a vender fruta en la calle y la mujer está en casa haciendo dulces. Y buscan la forma de ganarse la vida. Pero no las ves en una hamaca tumbada pensando: ¿qué voy a comer hoy?” (Gabriela, peluquera en Madrid).

Estas variables analizadas se combinan de manera diferente dando lugar a diversas estrategias empresariales, que pasamos a resumir a continuación.

5. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES DE MOVILIDAD SOCIAL

5.1. LA VÍA EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA REFUGIO

La mayoría de las mujeres dominicanas entrevistadas tuvieron que pasar por el servicio doméstico cuando llegaron a España. Como ya se ha puesto de manifiesto en otras investigaciones, la principal ventaja que confiere el servicio doméstico interno es la capacidad de ahorro desde el momento en que, al estar cubierto el alojamiento y la manutención, las mujeres disponen del salario íntegro para poder remitirlo al país de origen. Así, la modalidad de interna constituye una buena alternativa para aquellas mujeres recién llegadas, para aquellas en situación de irregularidad jurídica o para las que tienen una familia que mantener en su país de origen. Es la modalidad de empleo más apta para el inicio del ciclo migratorio y la que más beneficia al hogar transnacional (por la mayor posibilidad de ahorro y de envío de remesas monetarias) (Oso, 2002). El servicio doméstico interno se utilizó por las mujeres entrevistadas como un trampolín o como una situación temporal hacia otra modalidad de empleo. Esta temporalidad está marcada por la necesidad del pago de una deuda, por la ausencia de otro tipo de trabajos en un mercado competitivo, por

el primer aterrizaje al llegar a España, así como por ser una vía para regularizar la situación jurídica. Aquellas que tuvieron que emplearse inicialmente como internas pasaron posteriormente a trabajar en la modalidad de externas, compartiendo por lo general el piso con otros compatriotas¹².

“Yo vine con 19 años y era una chica normal y corriente a la que sus padres le daban todo, no teníamos problemas de nada en mi familia. ¿Y en qué vas a trabajar? Pues en una casa, cuidando una niña. Era como cuando a un animal lo enjaulan. Así me sentía yo, me sentía fatal, como humillada. Y nadie me humillaba, pero yo me sentía humillada. Y decidí que no trabajaría más tiempo así, y al año y dos meses salió una ley e hice los papeles y ya decidí trabajar por horas” (Marta, peluquera dominicana en Madrid).

Para una buena parte de las mujeres dominicanas la vía empresarial se configuró en una estrategia para salir del servicio doméstico, de este nicho ocupacional que en el contexto madrileño ha sido reservado a las inmigrantes. A través de la apertura de un negocio se aspira a salir de las redes de dependencia de los patrones; se trata de una búsqueda de independencia y de una mayor libertad ante un mercado de trabajo asalariado limitado a este sector de actividad. El servicio doméstico aparece como un camino que hay que atravesar previamente para después poder montar un negocio. Podemos suponer que la presencia en Madrid de mujeres dominicanas con un bajo nivel educativo, así como el peso elevado de mujeres que deben mantener hogares transnacionales, dificulta la salida del servicio doméstico y entorpece igualmente el paso de interna a externa. También obstaculiza la puesta en marcha de negocios. Se trata de una estrategia refugio, ante las dificultades de encontrar un empleo alternativo al servicio doméstico en el mercado de trabajo autóctono. De esta manera, nuestras informantes desarrollan, tal y como fue formulado por Light, una estrategia de autodefensa básica y omnipresente de los inmigrantes frente a la exclusión y a las desventajas del mercado laboral (Light, 2000).

La puesta en marcha de negocios para las argentinas y para las venezolanas residentes en Galicia a veces también se configura como una estrategia refugio pero de un modo diferente a las mujeres dominicanas. La mayoría de nuestras entrevistadas trabajaban en su país de origen como asalariadas, tenían un nivel de ingresos medio-alto, desempeñaban empleos acordes con su cualificación y, en algunos casos, tenían posibilidades de promoción, de formación, etc.¹³. Como ya se ha señalado, gracias a la red de apoyo familiar, ellas conocían antes de salir de su país la dificultad en la homologación de los títulos (caso de las venezolanas) y la inestabilidad del mercado de trabajo en España. Así, emigraron ya con la idea de trabajar

¹² Como es bien sabido, el trabajo como externa fija tiene la ventaja de la independencia, de la separación de espacios entre lo privado y lo laboral, de la disposición de tiempo libre y de unas menores relaciones paternalistas y de dominación entre la trabajadora y sus patrones, aunque la modalidad de externa supone más gastos en el contexto receptor, mermando la capacidad de ahorro (Oso, 2002).

¹³ En Venezuela, nuestras entrevistadas solían ocuparse en empleos estables acordes con su alta cualificación y con posibilidades de movilidad laboral, mientras que las mujeres argentinas no habían podido llevar a cabo sus expectativas profesionales en el país de origen debido a la crisis económica.

por cuenta propia, asumiendo una profesión diferente a la que desempeñaban en Argentina o en Venezuela. La segmentación del mercado de trabajo en España relega a estas mujeres a puestos muy por debajo de su cualificación¹⁴ (limpieza, cuidados, hostelería y venta), percibiendo esta opción como un proceso de movilidad social descendente muy acusado. 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. De un modo similar a las mujeres dominicanas, tal y como apuntaba Light, el autoempleo entre trabajadores inmigrantes es frecuente debido a sus desventajas en el mercado laboral por cuestiones como la discriminación racial, étnica y religiosa, pero también por la dificultad a la hora de acreditar su capital humano (Light, 2002), siendo este el caso de nuestras entrevistadas. Venezolanas y argentinas se topan con barreras menos rígidas que otros colectivos étnicos pero, sin duda, perciben una brecha con los nacionales en la inserción en el mercado de trabajo español.

“La idea era, pues, trabajar en la profesión de uno. Yo soy arquitecto y mi hermana es contable. Pero aquí no homologan los títulos y es necesario buscar trabajo de lo que sea. Y el abrir esto fue una alternativa, simplemente; no es que sea lo que más nos gusta..., pero no nos quedó más remedio que montarnos nosotras algo. Es una posibilidad de trabajar, simplemente. Allí teníamos trabajo de lo nuestro, pero allí la cosa se puso mal y hubo que salir (...). Pero siempre está en mente que si nos saliera un buen trabajo, aunque sea de otra cosa que no sea nuestra profesión, cerraríamos esto. Por ejemplo, yo soy arquitecto. A mí si me cogen de delineante, como le llaman acá, yo estoy contenta ya. Y de limpiadora no voy a trabajar, que es lo único que piden aquí, porque para eso, ya estoy en el bar. Entonces, como te digo, esto lo abrimos porque no encontramos una salida que nos gustara, que nos viniera bien” (Isabel, venezolana con un café bar en A Coruña).

Si para las mujeres dominicanas la apertura de un negocio propio implica haber recorrido un largo trecho de su itinerario migratorio, constituyéndose en el final de su trayecto de movilidad social, para las mujeres argentinas y para las venezolanas entrevistadas la iniciativa empresarial es el principio del proceso. Supone una situación de amparo ante un mercado de trabajo que no presenta las características necesarias para una inserción satisfactoria en el empleo por cuenta ajena. Todo eso es explicable si tenemos en cuenta la condición socioeconómica acomodada de la que disfrutaban todas ellas en sus países de origen.

¹⁴ La distribución sectorial de los extranjeros en España y las características de las ramas de actividad con una importante presencia de inmigrantes apuntan a la existencia de procesos de segregación étnica, que no parecen explicarse por factores como la cualificación, los estudios o la experiencia profesional. Para las mujeres extranjeras, son las ramas del servicio doméstico y de la hostelería las que aglutinan a cerca de las tres cuartas partes de la actividad en España, según los datos de la Seguridad Social referidos al año 2001 (Cachón, 2003).

5.2. LA EMPRESA COMO UNA ESTRATEGIA DE CONTINUIDAD PROFESIONAL

Para algunas de nuestras entrevistadas, el empresariado se constituyó en una estrategia de continuidad respecto de la profesión que realizaban en su país de origen. Para las mujeres dominicanas que ya eran peluqueras en República Dominicana, la trayectoria empresarial es distinta a la de aquellas mujeres que tuvieron que emplearse en el servicio doméstico y que optaron por la empresa para poder salir de este sector de actividad. En este caso, la vía empresarial se constituye también en el final del camino, pero en un sentido distinto al estudiado anteriormente, ya que se trata del último estadio de una carrera profesional como peluqueras que se inició en su país y que suele suponer el paso previo para ser peluqueras asalariadas en España. Esta carrera culmina con el trabajo por cuenta propia en España. Asimismo, encontramos casos que responden a estrategias de mujeres profesionales liberales dominicanas, y es que no todas las dominicanas que migraron a España tenían un nivel de instrucción bajo, no todas se emplearon en el servicio doméstico, sino que algunas mujeres eran profesionales liberales en su país de origen y, como tales, siguieron desarrollando su carrera en España.

Para las argentinas y las venezolanas residentes en Galicia la empresa, a veces, también se configura como una continuidad de su trayectoria ocupacional de origen. Algunas de nuestras entrevistadas eran empresarias en su país de origen y no tienen experiencia como trabajadoras asalariadas. La apertura de un negocio en España se percibe como una prolongación de su trayectoria profesional anterior, asumiendo los mismos riesgos e inconvenientes:

“Yo tenía allá una clínica también, pero yo ya veía que lo que yo había alcanzado allí ya era el tope, que también otros compañeros de profesión, pues allá estaban a ese nivel, y que la cosa no daba más de sí... pero no me iba mal. Entonces lo que pensamos fue que yo dejé allí a una persona encargada del negocio, y la clínica seguía abierta. (...) Entonces yo cuando llegué ya vine con la idea de montar la clínica, era lo que llevaba haciendo toda mi vida, trabajar por mi cuenta en mi profesión, y entonces se trataba de probar suerte por ahí también” (Sara, veterinaria argentina en A Coruña).

5.3. LA EMPRESA COMO UN PROYECTO FAMILIAR

La estrategia empresarial de algunas de las mujeres entrevistadas responde a un proyecto familiar en el que la emigración y la vía empresarial se combinan. Algunas de nuestras entrevistadas migraron conjuntamente con su marido. En este caso, ambos cónyuges proyectan la apertura del negocio como una estrategia familiar, en el que se involucran todos los miembros de la familia o complementario a las ocupaciones de éstos. La empresa, en el marco de un proyecto familiar, se configura

como una buena estrategia para los problemas de conciliación a los que tiene que hacer frente la mujer inmigrante que tiene hijos y que trabaja.

Como ya se ha señalado anteriormente, entre las mujeres dominicanas hay una fuerte presencia de mujeres solas, jefas de hogares transnacionales, aunque algunas también migraron con su pareja. En este caso, ambos cónyuges suelen emplearse previamente como asalariados hasta que van ahorrando el dinero necesario para invertir en el negocio. Entre nuestras entrevistadas venezolanas y argentinas, la puesta en marcha del negocio es más rápida. Como apuntamos con anterioridad, se planea desde el país de origen, llegando en ocasiones a Galicia con el dinero ahorrado para la inversión.

“Nosotros vinimos a Colmenar Viejo porque a mí me salió un trabajo en una empresa de productos naturales. Trabajaba en la oficina en contabilidad, pero teníamos la cosa de tener otro hijo. En la empresa me dieron una serie de opciones con las cuales no estaba de acuerdo y me salí. En ese momento me quedé embarazada y justo mi marido estaba con montar algo. Entonces se estilaban los locutorios. Cuando la niña tuvo cuatro meses nos decidimos a montarlo. Entonces yo trabajaba con mi niña ahí. Estaba en el locutorio todo el día, trece horas. Y así arrancamos. Y seguí trabajando la economía familiar. El siguió trabajando fuera como autónomo, todo lo llevo yo. Luego ya empezó a ayudarme una chica, que me ayudaba con la niña, pero al final se quedaba ella atendiendo al público y yo estaba más tiempo con mi hija. Después siempre he tenido gente ayudándome por horas, por mi situación familiar, en ese momento es cuando tuve a mis tres niñas. Entonces he estado también mucho tiempo en mi casa con mis niñas. Ahora que mis hijas ya están un poquito más grandecitas, yo voy a asumir la jornada de mañana” (Mariana, locutorio y tienda de ultramarinos en Madrid).

6. CONCLUSIONES

Como hemos visto, para las mujeres dominicanas en Madrid la migración se constituye en muchas ocasiones en una estrategia del hogar dirigido por una mujer. Mujeres separadas, viudas, divorciadas, madres solteras y mujeres casadas que dejan a la familia en el país de origen abundan entre las mujeres que salieron desde República Dominicana hacia España. De diferente modo, la característica principal de Galicia como contexto receptor de la inmigración es su vínculo con los destinos mayoritarios de la emigración gallega (Argentina, Uruguay, Venezuela, Cuba, Brasil). Parientes y conocidos de los emigrantes gallegos deciden desarrollar su ciclo migratorio y vital en esta Comunidad Autónoma, lo que en gran medida facilita su regularización jurídica.

La peluquería es la empresa que suelen montar mayoritariamente las mujeres dominicanas en Madrid y, en menor medida, locutorios y negocios de alimentación. En cambio, los negocios que montaron las mujeres venezolanas y las argenti-

nas en Galicia presentan una distribución más heterogénea, localizándose principalmente alrededor del sector servicios: hostelería, comercio al por menor, textil, etc. En la mayoría de los casos se trata de negocios en la economía formal, que cuentan con una clientela principalmente española.

La existencia de un enclave étnico en Madrid facilita la puesta en marcha de negocios para las mujeres dominicanas. Así, las redes sociales y comunitarias funcionan como mecanismos que facilitan los trámites requeridos a la hora de abrir un negocio. Debido a una menor presencia de inmigrantes en las ciudades gallegas, no se ha generado un enclave de latinoamericanos que pusiera en funcionamiento estas redes sociales y comunitarias como en algunos barrios madrileños. Sin embargo, sí se observa como las mujeres argentinas y las venezolanas echan mano de la red de familiares o de conocidos que sus padres, sus abuelos o sus maridos han dejado en España, reinventándose los lazos con Galicia.

Para muchas de las dominicanas entrevistadas, la vía empresarial se configuró en una estrategia para salir del servicio doméstico, de este nicho ocupacional que en el contexto madrileño ha sido reservado a las inmigrantes. En el caso de las mujeres argentinas y de las venezolanas residentes en Galicia, en la mayor parte de los casos ya se parte desde el país de origen con la idea y con los recursos para montar un negocio. Las argentinas y las venezolanas son privilegiadas en la puesta en marcha de iniciativas empresariales frente a las mujeres dominicanas, que han de trabajar varios años para conseguir los recursos suficientes.

Hemos recogido tres estrategias principales en la puesta en marcha del negocio étnico:

- *El negocio como estrategia “refugio”*: la segmentación del mercado de trabajo y la segregación étnica relega a las mujeres inmigrantes a puestos muy por debajo de su cualificación, por lo que se asume la apertura del negocio como la única alternativa al trabajo por cuenta ajena en empleos poco valorados socialmente como, por ejemplo, el servicio doméstico. La diferencia clave entre las mujeres dominicanas en comparación con las argentinas y con las venezolanas contactadas es la siguiente: mientras que las dominicanas tienen que pasar años trabajando en el servicio doméstico para lograr poner en marcha la vía empresarial, las argentinas y las venezolanas optan por el negocio para no caer en el servicio doméstico.
- *La empresa como estrategia de continuidad profesional*: es el caso de mujeres empresarias en sus países de origen que perciben su iniciativa como una continuidad de la trayectoria ocupacional anterior.
- *La vía empresarial como un proyecto familiar*: la empresa de las argentinas y de las venezolanas se configura en la mayoría de las ocasiones como un proyecto familiar-empresarial en el que todos los miembros de la familia complementan sus ocupaciones para el éxito del proyecto migratorio. También es el caso también de algunas dominicanas entrevistadas, aunque la fuerte presencia de jefas de hogares monoparentales dificulta la estrategia de la empresa-familia.

La realidad social de las mujeres empresarias dominicanas en Madrid y de las argentinas y de las venezolanas en Galicia permite poner de relieve que realmente no podemos hablar de una relación estrictamente lineal entre las estrategias empresariales y de movilidad social para las mujeres inmigrantes. En efecto, nos encontramos ante una variedad de situaciones. Así, las estrategias empresariales y de movilidad social se construyen de manera diferente, a saber: *la vía empresarial como estrategia refugio, el empresariado como estrategia de continuidad profesional, y la empresa como una estrategia de movilidad social familiar*. Y en el marco de esta construcción es fundamental la articulación de una serie de variables, tales como *la situación familiar y el tipo de migración (mujeres casadas, jefas de hogares monoparentales o solteras sin cargas familiares), las redes sociales y comunitarias, la presencia de “enclaves” étnicos, la experiencia empresarial previa en el país de origen, la socialización familiar en el trabajo por cuenta propia, así como la cultura de origen*.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, B. (1983): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso.
- BIBIANO, J.; ASPERILLA, A.F. (2003): “Elementos del proceso de la emigración española de los años sesenta. La voz de un pasado reciente”, en: *Ciudadanía y derechos sociales y políticos de los inmigrantes*. (Gaceta Sindical. Reflexión y Debate). Confederación Sindical de Comisiones Obreras.
- BRYCESON, D.; VUORELA, U. [ed.] (2002): *The Transnational Family*. Oxford: Berg.
- CACHÓN, L. (2003): “Inmigración y mercado de trabajo en España”, en: *Ciudadanía y derechos sociales y políticos de los inmigrantes*. (Gaceta Sindical. Reflexión y Debate). Confederación Sindical de Comisiones Obreras.
- CLIFFORD, J. (1994): “Diásporas”, *Cultural Anthropology*, núm. 9.
- COLECTIVO IOE (2001): *Mujer, inmigración y trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, IMSERSO.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL DE EXTRANJERÍA (1993): *Anuario Estadístico de Extranjería 1992*. Madrid: Ministerio del Interior, Comisión Interministerial de Extranjería.
- GREGORIO GIL, C. (1997): *La migración femenina y su impacto en las relaciones de género*. Madrid: Narcea.
- HERRANZ, Y. (2000): “Inmigración e incorporación laboral”, *Revista Migraciones*, núm. 8. Madrid.
- INE (2005): *Padrón de Habitantes 2005*. Madrid: INE. (En www.ine.es).
- LAMELA, C. (1998): *La cultura de lo cotidiano. Estudio sociocultural de la ciudad de Lugo*. Madrid: Akal.
- LAMELA, C. (1999): “Relaciones y desigualdades de género como mecanismo de selección en los procesos migratorios”, *Revista Migraciones*, núm. 6. Madrid.
- LIGHT, I. (2002): “Ethnic Economies”, *Seminario sobre Empresariado Etnico en España*. Universitat Autònoma de Barcelona, Centre d’Estudis Internacionals i Interculturals.

- LÓPEZ DE LERA, D. (2004): "Situación demográfica de las mujeres extranjeras", en L. Oso [dir.]: *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. (Informe de investigación inédito). Madrid: Instituto de la Mujer.
- MARIE, C.V. (1992): "Les étrangers non-salariés en France, symbole de la mutation économique des années 80", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8, núm. 1.
- MASSIAH, J. (1983): *La mujer como jefe de familia en el Caribe. Estructura familiar y condición social de la mujer*. París: UNESCO.
- OSO CASAS, L.; MACHÍN HERRANZ, S. (1993): "Choque de culturas: el caso de la inmigración dominicana en la Comunidad Autónoma de Madrid", *Sociedad y Utopía*, núm. 1.
- OSO, L. (2002): "Stratégies de mobilité sociale des domestiques immigrées en Espagne", *Revue Tiers Monde*, t. XLIII, núm. 170, (abril-junio).
- OSO, L. [dir.] (2004): *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. (Informe de investigación inédito). Madrid: Instituto de la Mujer.
- OSO, L.; CATARINO, C. (1997): "Les effets de la migration sur le statut des femmes. Le cas des Dominicaines et des Marocaines à Madrid et des Cap-Verdiennes à Lisbonne", *Migrations Société*, vol. 9, núm. 52, (julio-agosto).
- OSO, L.; RIBAS, N. (2004): "Empresariado étnico y relaciones de género: el caso de las mujeres marroquíes y dominicanas en Madrid y Barcelona", *IV Congreso sobre la Inmigración en España*. Girona.
- PIORE, M. (1983): "Notas para una teoría de la estratificación social del mercado de trabajo", en L. Toharia [comp.]: *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza.
- PORTES, A. (1981): "Models of Structural Incorporation and Present Theories of Labor Immigration", en M. Kritz, C.B. Kelly y S.M. Tomasi: *Global Trends in Migration: Theory and Research on International Population Movements*. New York: Center for Migration Studies.
- RIBAS, N. (2001): "¿Estrategias transnacionales? Una pregunta acerca de las migraciones femeninas en España", *Arxius de Ciéncies Socials*, núm. 5, (noviembre).
- VERTOPEC, S.; COHEN, R. (1999): "Introduction", en S. Vertovec y R. Cohen [ed.]: *Migration, Diasporas and Transnationalism*, vol. 9. Cheltenham/Nothampton: Edward Elgar/The International Library of Studies on Migration.
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R. (1990): "Opportunities, Group Characteristics, and Strategies", en R. Waldinger et al.: *Ethnic Entrepreneurs, Immigrant, Business in Industrial Societies*. London: Sage.
- WHITEFORD, M.B. (1978): "Women, Migration and Social Change. A Colombian Case Study", *International Migration Review*, 12.
- WILSON, K.L.; PORTES, A. (1980): "Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami", *American Journal of Sociology*, 86, 2, pp. 295-319.