

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

Mujeres, inmigración y comportamiento emprendedor en España: Confluencia de debates ante una compleja realidad

J. María González-González *¹

Francisco D. Bretones

Victoria Zarco

Andrés Rodríguez

Department of Social Psychology and Methodology of the Science of the Behavior, University of Granada, Granada, Spain.

Resumen

El interés social, académico y político hacia el comportamiento emprendedor ha crecido en los últimos años puesto que se considera, en el marco de una sociedad capitalista, una forma de luchar contra el paro y la exclusión en determinados colectivos que, como las mujeres y los inmigrantes, se encuentran discriminados y marginados en el ámbito sociolaboral. En esta investigación utilizamos una metodología cualitativa basada en entrevistas semi-estructuradas para analizar, desde una perspectiva psicosocial de género, el comportamiento emprendedor de 52 mujeres inmigrantes residentes en España. A partir de sus testimonios damos cuenta de la heterogeneidad de motivaciones que impulsan a estas mujeres a crear una empresa, identificamos los perfiles y las estrategias de autoempleo más comunes, describimos las consecuencias individuales y sociales derivadas de este comportamiento emprendedor e ilustramos cómo todo el proceso está condicionado por su adscripción al género femenino.

Palabras clave: Género, comportamiento emprendedor, mujeres, inmigración, España.-

¹ * Correspondence to: J. María González González, Escuela Universitaria de Ciencias de la Salud. Universidad de Granada. Avda. Madrid, s/n. E-18071. Granada (Spain). E-mail: jmgonza@ugr.es

Introducción

El interés social, académico y político hacia el comportamiento emprendedor ha crecido en los últimos años puesto que se considera, en el marco de una sociedad capitalista, una forma de luchar contra el paro y la exclusión en determinados colectivos que, como las mujeres y los inmigrantes, se encuentran discriminados y marginados en el ámbito sociolaboral al entenderse que ambos poseen otros espacios alternativos en los que desarrollar sus actividades productivas, a saber, la esfera familiar, doméstica, privada para las mujeres y el trabajo asalariado en los países de origen para los inmigrantes (Alund, 2003).

Desde una perspectiva clásica se estandariza a la persona emprendedora como un hombre joven o de mediana edad, que desarrolla su actividad en sectores empresariales dinámicos e innovadores motivado, principalmente, por la obtención de beneficios económicos y que cuenta para la creación del negocio con recursos de clase tales como capital humano, financiero y social, además de ciertas características socio-demográficas ventajosas y condiciones políticas favorables tales como poseer la nacionalidad de un país desarrollado económicamente con todos los privilegios civiles que esto supone y hablar la lengua nativa del país en el que se desarrolla la actividad empresarial. No obstante, desde hace una década en España, y algunos años más en otros países occidentales, se está desarrollando un nuevo modelo de emprendimiento protagonizado por personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social que desarrollan la actividad emprendedora o de autoempleo a causa de estar en paro o en condiciones de precariedad, marginación o explotación socio-laboral. La motivación de estos nuevos emprendedores no es tanto el afán de lucro, como el hecho de crear su propio empleo como una forma de ganarse la vida. Suelen desarrollar sus negocios en nichos laborales y económicos abandonados y/o rechazados por otros empresarios más prósperos y la carencia de recursos de clase la suplen con altas dosis de motivación, esfuerzo y sacrificio y con apoyos procedentes de sus grupos de pertenencia étnica, nacional o familiar (Apitzsch and Kontos, 2003, 2008). El comportamiento emprendedor de las mujeres inmigrantes, objeto de estudio en la presente investigación, se ubicaría en este nuevo tipo de emprendimiento.

Así, el emprendimiento ha sido una actividad considerada tradicionalmente masculina en la que, por una parte, se han asociado las características de la persona emprendedora (liderazgo, riesgo, racionalidad, innovación) con el estereotipo masculino (independencia, agresividad, autonomía, instrumentalidad, coraje) y, por otra, se han diferenciado y alejado del rol comunal de las mujeres (expresividad, empatía, bondad, sociabilidad, orientación al cuidado de los demás, timidez) (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004a; Ogbor, 2000; Gupta, Turban, Wasti & Sikdar, 2009). Además, esta diferencia se ha visto reforzada por el hecho de que, aún hoy, las tasas de emprendimiento globales son más bajas en las mujeres que en los hombres (Minniti & Nardone, 2007) y, a pesar

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

de que el perfil formativo y educativo de las mujeres empresarias es elevado, los hombres suelen poseer una cualificación universitaria y profesional más específica para gestionar un negocio, así como una mayor experiencia empresarial (Mueller, 2004).

En la literatura científica se pueden encontrar numerosas diferencias de género relacionadas con la actividad emprendedora entre hombres y mujeres. Así, se ha puesto de manifiesto como en el origen del comportamiento emprendedor femenino resulta determinante la necesidad de compatibilizar responsabilidades domésticas, familiares y laborales, mientras que los hombres se mueven en mayor medida por la oportunidad de negocio (Hughes, 2003; Taniguchi, 2002). Muchas mujeres se perciben fundamentalmente como madres, educadoras y cuidadoras y es más probable que experimenten conflictos entre sus vidas privadas familiares y profesionales, mientras que los hombres ejercen en mayor medida como proveedores económicos y materiales de la familia y, por tanto, les resulta más fácil compatibilizar empresa y rol de género (Cowling and Taylor, 2001). Del mismo modo, valores personales e intrínsecos como la autorrealización, el crecimiento profesional y las relaciones interpersonales y sociales parecen ejercer una mayor influencia motivadora sobre el emprendimiento de las mujeres que sobre el de los hombres, más motivados por el logro social y económico derivado de las prescripciones propias de su rol de género (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004b).

Por otra parte, los negocios de las mujeres presentan algunas características diferentes a los de los hombres como que se ubican de forma mayoritaria y desproporcionada en el sector servicios, suelen estar relacionados con ocupaciones consideradas estereotípicamente femeninas y tienen menos capital inicial, credibilidad financiera, beneficios, tamaño y tiempo de supervivencia empresarial (McManus, 2001; Muravyev, Talavera and Schaefer, 2009; Startiene and Remeikiene, 2008). Además, las mujeres emprendedoras muestran una conducta de riesgo más baja que los hombres y adoptan estrategias empresariales más defensivas (Brindley, 2005; Malach-Pines and Schwartz, 2008).

Mientras que la actividad emprendedora en las mujeres ha sido ampliamente estudiada dentro del marco del discurso feminista (Cromie and Hayes, 1988; Hisrich and Brush, 1984; Marlow, 2002), el autoempleo de los inmigrantes ha sido investigado en la literatura sobre los negocios étnicos (Kloosterman and Rath, 2001; Portes, 1998; Waldinger, 1995). En este sentido, aunque los estudios sobre empresariado étnico en Estados Unidos y en Europa han ido progresando, sin embargo los trabajos que se han centrado en el papel de la mujer inmigrante como emprendedora son escasos y específicos sobre colectivos étnicos y/o nacionalidades muy concretas (Apitzsch and Kontos, 2003; Dallafar, 1994; Dhaliwal, 1998; Morokvasic, 1991; Strüder, 2003). La invisibilidad tradicional de las mujeres inmigrantes, ya denunciada en la literatura sobre género y migración, ha alcanzado también a aquellas que se emplean por cuenta propia

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

(Apitzsch, 2003). El interés por el estudio del empresariado étnico desde una perspectiva de género se deriva del hecho de que plantea un conjunto de nuevos interrogantes: ¿por qué se genera el comportamiento emprendedor en estas mujeres inmigrantes?, ¿cómo se desarrolla este proceso?, ¿qué consecuencias tiene el autoempleo para las mujeres inmigrantes? Al intentar dar respuesta a estas cuestiones se generan una serie de complejos debates sobre los que pretendemos realizar algunas aportaciones.

Los primeros acercamientos al análisis y explicación del comportamiento emprendedor de los colectivos inmigrantes tuvieron lugar de la mano de las denominadas teorías culturales que, fundamentadas en la constatación de una mayor propensión hacia el autoempleo de colectivos como los judíos, chinos, paquistaníes o senegaleses, tienden a focalizar las causas de la proclividad de los inmigrantes hacia el empresariado en su cultura específica (Bonacich, 1973). Este bagaje cultural distintivo incluye patrones de conducta diversos que van desde la tradición empresarial en el país de origen, hasta la propensión hacia el ahorro o la capacidad de sublimar la gratificación como valores culturales y religiosos favorecedores de la iniciativa emprendedora. Las interpretaciones «culturalistas» han sido cuestionadas por enfoques más recientes, ya que no prestan suficiente atención a los condicionantes socioeconómicos y situacionales bajo los que operan los empresarios inmigrantes.

Así, desde la perspectiva estructuralista se acentúa que el «contexto de recepción» supone entornos sociales específicos para los inmigrantes que genera una serie de constricciones (discriminación, obstáculos legales, competencia, etc.) y oportunidades (demandas no satisfechas de productos y servicios para connacionales, capital social y redes de apoyo) a los individuos con independencia de su capital humano o de sus características culturales (Portes, 1998). Aun cuando los factores económicos permiten enmarcar el contexto dentro del cual discurre el fenómeno de los negocios étnicos, no pueden explicar todas sus manifestaciones. Por ejemplo, no explican las distintas tasas de autoocupación entre colectivos étnicos o por qué las empresas de determinadas nacionalidades suelen ser más estables y exitosas, que las de otros grupos o comunidades. Por este motivo, durante la década de los noventa y especialmente en el ámbito norteamericano, los estudios académicos adoptan un enfoque más integrador que conecta las estructuras de oportunidades y condicionantes de la sociedad receptora y las características culturales de la comunidad inmigrante para dar cuenta del comportamiento emprendedor (Waldinger, 1995).

La formulación de estos modelos está basada en las características socioeconómicas, laborales y étnicas de Norteamérica por lo que, a pesar del enorme impacto que allí han tenido, en Europa surgen interpretaciones alternativas argumentándose la influencia que sobre este fenómeno ejercen en muchos países europeos una serie de condicionantes de carácter jurídico y normativo que influyen

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

sobre la interacción directa entre las demandas de los consumidores y las ofertas de los empresarios característica del ámbito norteamericano. Así, Kloosterman and Rath (2001) proponen la teoría de la mixed embeddedness adaptando el modelo integrador desarrollado en EE.UU. por Waldinger a las características socio-económicas de Europa concretándose en dos modelos diferentes dependiendo de los países sobre los que se aplique. Por un lado, el neo-American model, propio de los países anglosajones, en el que los servicios públicos y los vinculados a la reproducción social son proporcionados por un mercado dinámico, con gran capacidad de creación de empleo de bajos salarios. En este modelo, optar por la autoocupación no es consecuencia de la carencia de oportunidades en el open market o una alternativa al paro; sino que constituye una estrategia para obtener mayores ingresos y lograr movilidad laboral ascendente. En segundo lugar, el modelo Rhineland, específico de países de Europa occidental y central como Francia, Alemania y Austria, se caracteriza por un mercado de trabajo con una estructura dicotómica *insider/outsider*, en el que coexisten altos salarios y estabilidad en el empleo para la población autóctona, con elevados niveles de paro entre el colectivo de inmigrantes provocados por los obstáculos y trabas que se les ponen para conseguir trabajo. En este contexto, los inmigrantes menos cualificados y con menores recursos profesionales son los más motivados para crear un negocio pero, a la vez, la falta de capital humano y financiero relega estos negocios a los estratos más bajos de la estructura ocupacional, a menudo en actividades poco rentables, expuestas a la competencia, y en sectores progresivamente abandonados por los empresarios autóctonos.

En los últimos años se ha propuesto otro modelo explicativo para ajustarse a las especificidades socio-económicas de países nórdicos como Dinamarca y Suecia en los que, a pesar del importante control económico e industrial ejercido por el Estado, similar al realizado en los países del modelo Rhineland, existe un importante desarrollo del estado del bienestar y de políticas sociolaborales de igualdad que influyen en que la proliferación de empresarios inmigrantes sea menor que en los otros casos puesto que la mayoría se insertan como asalariados en el mercado de trabajo normalizado (Rath and Kloosterman, 2000).

Las características sociales, económicas, laborales, jurídicas y migratorias en países del sur de Europa como España, Italia, Grecia y Portugal no encajan exactamente en ninguno de los tres tipos descritos por Kloosterman and Rath en el modelo Europeo de la incrustación mixta. Probablemente con el que más similitudes encontremos sea con los países del modelo Rhineland puesto que los controles y exigencias sociolaborales hacia los inmigrantes son muy rigurosos pero, a diferencia de los países centroeuropeos en los que se aplica este modelo explicativo, en el sur de Europa los porcentajes de economía sumergida, desempleo, trabajo temporal y precariedad laboral son muy altos; los sectores de inserción laboral se restringen al ámbito de la agricultura,

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

construcción, hostelería, textil y servicio doméstico, no tanto al sector industrial; existen enormes diferencias regionales dentro de cada país y, desde el punto de vista migratorio, hace pocos años que han dejado de ser países de emigración, gracias al desarrollo económico, social y laboral experimentado a partir de su integración en la Unión Europea, para convertirse en el destino de una gran cantidad y diversidad de inmigrantes procedentes de África, Latinoamérica, Europa del Este y de algunos países asiáticos como China, Filipinas o Pakistán.

Estas circunstancias han llevado a algunos autores (King and Zontini, 2000) a proponer un modelo más acorde con esta realidad que se está dando en llamar South-European Model, caracterizado por bajas tasas de autoempleo fruto de la enorme cantidad de dificultades de todo tipo que tienen que sortear los aspirantes a empresarios inmigrados y, por otra parte, al efecto de absorción irregular de la mano de obra extranjera como asalariada en la economía informal tan desarrollada en estos países.

A partir del análisis de los planteamientos anteriores, se observa en la investigación sobre este tema tres sesgos importantes que impiden una correcta explicación del fenómeno y una adecuada intervención. En primer lugar, la mayoría de los estudios se realizan desde una perspectiva androcéntrica en la que se analiza, sobre todo, el autoempleo inmigrante masculino, obviándose la intersección clase, etnia y género que afecta integralmente a este fenómeno (Holvino, 2008) y asumiéndose el carácter de sujetos pasivos en las mujeres que siguen a los hombres a través de un proceso masculinamente dominado. En este sentido, se hace patente la necesidad de un enfoque de género desde el que se pueda analizar de forma exhaustiva las variables que dotan de peculiaridad al proyecto empresarial migratorio de las mujeres y el grado en que dicho proyecto se encuentra mediatizado por variables derivadas de su condición de mujeres.

En segundo lugar, la importancia que adquieren los aspectos sociales, económicos y políticos en el análisis de la actividad empresarial de los inmigrantes ha hecho que haya sido la perspectiva sociológica la que ha dominado esta área de estudio. No obstante, resulta fundamental realizar investigaciones más personales que recojan el punto de vista humano, psicológico y subjetivo de los inmigrantes (Werbner, 1999).

En tercer lugar, el contexto geográfico del Sur de Europa hemos comentado que introduce una serie de condicionantes de carácter cultural, social, económico, laboral, migratorio así como un particular ideología de género mediterránea que han sido escasamente estudiados en relación con el tema del autoempleo femenino étnico y que nosotros pretendemos tener en cuenta en nuestra investigación para el caso de España (Reyneri, 2003; Apitzsch and Kontos, 2008).

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

Por estas razones, en nuestra investigación abordamos el análisis del comportamiento emprendedor de las mujeres inmigrantes en España desde una perspectiva psicosocial de género cuyos objetivos consisten en identificar los motivos que impulsan a estas mujeres a crear una empresa, describir los perfiles y las estrategias de autoempleo más comunes y analizar las consecuencias individuales y sociales derivadas de este comportamiento emprendedor.

El estudio

Para alcanzar nuestro objetivo, se utiliza una metodología cualitativa considerando que capta adecuadamente toda la complejidad, dinamismo y subjetividad inherente a la temática de la inmigración, el autoempleo y el género. En algunas ocasiones, los estudios estadísticos relacionados con el comportamiento emprendedor de los inmigrantes simplifican la complejidad del fenómeno por el hecho de encajar con el protocolo metodológico, y dejan al margen importantes aspectos subjetivos y personales (Erel, 2007). En la misma línea, desde una perspectiva de género, se aboga por el uso de metodologías cualitativas en el estudio de estos temas puesto que recogen la emocionalidad y culturalidad inherente a las cuestiones de género (Campbell & Wasco, 2000).

Por estos motivos, se realizaron una serie de entrevistas semi-estructuradas con una muestra de mujeres inmigrantes emprendedoras residentes en España, concretamente en la región de Andalucía. El método de entrevista es adecuado para obtener una visión procesual e integral de este fenómeno en el que se reflejan la influencia que los diferentes factores sociales, psicológicos y de género tienen sobre su proyecto empresarial a la vez que proporciona a la persona entrevistada un máximo espacio y control en la narración de su experiencia (Apitzsch, 2003). La recogida de información ha tenido un planteamiento muy abierto y poco directivo, aunque tiene como punto de partida un escueto guión de preguntas relacionadas con los objetivos de la investigación: motivaciones para el autoempleo (personales, laborales, culturales), perfiles y estrategias empresariales (características y actividad emprendedora, percepción de recursos disponibles, condicionantes y facilitadores), y consecuencias del comportamiento emprendedor (individuales, familiares, sociales).

La combinación equilibrada de tres criterios metodológicos propios de la investigación cualitativa ha condicionado tanto el número y características de las mujeres participantes, como el proceso de recogida de información. Así, en primer lugar, se ha buscado la representación tipológica o psico-socio-estructural, más que la representación estadística numérica, de tal forma que se captara toda la heterogeneidad sociodemográfica, variabilidad discursiva y diversidad de perfiles o estrategias que pueda presentar el colectivo social que nos interesa; en segundo lugar, el criterio de

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

saturación o redundancia nos ha indicado cuando parar, tanto a la hora de buscar más mujeres a las que entrevistar, como a la hora de determinar la finalización de las entrevistas y; en tercer lugar, el de accesibilidad o disponibilidad también nos ha marcado las posibilidades de acceso a un mayor o menor número de personas (Denzin & Lincoln, 2000).

De esta forma, se han realizado 52 entrevistas a mujeres inmigrantes no comunitarias² con una duración media de 67 minutos y una amplitud de entre 40 y 90 minutos. Toda la información recogida fue grabada magnetofónicamente con el conocimiento y permiso de las participantes. El trabajo de campo se ha llevado a cabo durante 2008 y 2009. Para acceder a las mujeres participantes se ha contado con la colaboración de asociaciones, organizaciones no gubernamentales e instituciones relacionadas con la inmigración que han servido como intermediarios a la hora de acceder a las personas del colectivo.

(Insertar cuadro 1)

Como vemos, podemos caracterizar a las mujeres participantes en el estudio como personas dadas de alta como autónomas en el registro de actividades profesionales, predominantemente jóvenes, casadas y con pocos hijos, procedentes en su mayoría de países latinoamericanos y magrebíes³, con un nivel de formación educativa medio-alto y que llevan poco tiempo desarrollando su actividad emprendedora en pequeñas empresas del sector servicios, con muy pocos empleados y con una rentabilidad económica mínima que apenas da para el mantenimiento del propio negocio. A grandes rasgos, este perfil que acabamos de describir coincide con el de las mujeres inmigrantes emprendedoras en España.

Con la información recogida se ha llevado a cabo un análisis del discurso, entendiendo como tal aquello que los sujetos manifiestan verbalmente de forma espontánea y que se considera una expresión de sus pensamientos, sentimientos y comportamientos. Más que en aspectos lingüísticos como la sintaxis, el estilo discursivo y/o los aparatos retóricos utilizados por las participantes, el análisis se ha centrado en el

2 Los inmigrantes con nacionalidad de algún país miembro de la Unión Europea (pej. Alemania, Reino Unido, Francia, etc.) tienen unas características sociales, económicas y laborales muy diferentes al resto de los inmigrantes latinoamericanos, africanos, europeos del este o asiáticos que hemos estudiado y un perfil emprendedor también muy distinto.

3 Magreb es la zona más Occidental del mundo Árabe en la que se encuentran países del Norte de África como Marruecos, Argelia o Túnez.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

contenido semántico del discurso. Concretamente, los objetivos han sido identificar e interpretar los motivos que impulsan a las mujeres inmigrantes a crear una empresa, describir este proceso y poner de manifiesto las consecuencias individuales, sociales y de género derivadas de este comportamiento emprendedor.

Así, partiendo de las transcripciones de las entrevistas textuales, se ha segmentado y codificado las narraciones de las participantes en función de los temas que traten, a continuación se han categorizado estas unidades temáticas sobre la base de los objetivos específicos de la investigación (motivos, perfiles y estrategias, consecuencias). Por último, la presentación de los resultados se ha organizado a partir de los temas más importantes que aparecen en el discurso y se han acompañado de párrafos o extracciones literales del material trabajado para ilustrar, y en cierto modo justificar, las interpretaciones que se van realizando y las conclusiones a las que se va llegando (Chasteen, 1994).

Para garantizar la rigurosidad, credibilidad, transferibilidad, consistencia y neutralidad de los análisis y conclusiones se han tomado algunas medidas de control tales como codificar, categorizar e interpretar los resultados de forma independiente por cuatro personas del equipo de investigación que, con posterioridad, ponían en común y consensaban cada criterio utilizado y decisión adoptada; se han revisado y discutido los resultados preliminares obtenidos con algunas de las participantes en el estudio; se ha contrastado y comparado las conclusiones presentadas con las obtenidas en otros estudios que analizan un fenómeno similar y; finalmente, se ha descrito y justificado con la mayor especificidad y claridad posible cada paso realizado en la investigación.

El comportamiento emprendedor inmigrante femenino en España

“Pushed and pulled”. Motivos

En la mayoría de las biografías investigadas en este estudio vemos que en el origen del autoempleo hay experiencias de exclusión o discriminación género-étnica en un mercado laboral dual y segmentado en el que a los obstáculos con los que se encuentran por el hecho de ser inmigrantes, hay que añadir algunos otros derivados de su condición de mujeres que actúan como catalizadores del comportamiento emprendedor (Kreide, 2003).

En este sentido, la vía emprendedora puede constituirse en una estrategia refugio y de autodefensa básica y omnipresente de las mujeres inmigrantes frente a la exclusión y las desventajas del mercado laboral (Light, 2007) y en una alternativa de movilidad social y de salida de los sectores laborales clásicos reservados en muchas ciudades españolas a las mujeres inmigrantes como el servicio doméstico, la prestación de

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

cuidados a personas dependientes (niños, ancianos, enfermos), la hostelería, el textil o la prostitución que, por otra parte, conllevan mayores relaciones de precariedad y explotación laboral y de desigualdad de género (Anderson, 2007). En estos casos, la realización de una actividad empresarial se constituye, por lo general, en el final de un largo camino en el que aparece como hito ineludible el servicio doméstico.

“...tuve que esperar más de dos años para que me dieran el permiso de autónomo y mientras trabajé como empleada de hogar ilegalmente, sin contrato, sin seguro, sin papeles y sin nada porque eso es lo que había, ..., ya estaba harta de trabajar en casas...” (Michaela, Rumania)

La demanda de mujeres extranjeras para trabajar en el ámbito doméstico y asistencial se mantiene gracias a la crisis del modelo de familia tradicional que se está produciendo desde hace ya algunos años en España en la medida que las mujeres autóctonas se han incorporado al mercado de trabajo en un contexto de acusada falta de corresponsabilidad masculina en el trabajo doméstico-familiar característico de la mentalidad de género mediterránea (Ribas-Mateo, 2004) y con un Estado del bienestar débil, sustentado en una fuerte tradición familista y donde no existe un diseño de políticas de conciliación de la vida familiar y laboral y de servicios para las familias realmente efectivo y universal.

Igualmente, una parte, aunque minoritaria, de las mujeres inmigrantes investigadas se plantean el autoempleo motivadas por un afán de continuidad respecto a la profesión que realizaban en el país de origen. Es el caso de muchas mujeres procedentes de países de Europa Oriental como Polonia, Ucrania, Rusia o Rumanía con una alta preparación profesional que no pueden capitalizar en España ya que sólo encuentran trabajos poco cualificados y mal pagados en el ámbito del servicio doméstico y el cuidado de personas mayores, niños y enfermos (Coyle, 2007). Los comentarios de Natalia y Maimouna sirven para ilustrar esta situación.

“...en mi país trabajaba en asistencia sanitaria y aquí no podía encontrar nada parecido, por esto decidí abrir un centro de asistencia integral para personas mayores...” (Natalia, Ukraine)

“...hago el trabajo que me gusta, es un trabajo que sé hacer bien, ..., aunque yo fui a la Universidad en mi país, aunque yo tengo una carrera, yo pienso que aquí no vale ya que somos personas que venimos de allí, aquí no vale, aquí no hay mucha oportunidad para los inmigrantes si tú no creas tu oportunidad...” (Maimouna, Nigeria)

De forma coherente con los planteamientos de la teoría migratoria clásica del Pull and Push (Ravensteins, 1885) y con las más recientes y específicas teorías de la segmentación étnica y segregación de género del mercado laboral (see Schrover, Van

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

der Leun and Quispel, 2007), a la vez que las pocas, precarias, étnicas y feminizadas oportunidades laborales empujan a las mujeres inmigrantes hacia el autoempleo, también aparece en el discurso, a modo de atracción motivadora, el deseo de ser empresarias de sí mismas y alcanzar unos determinados niveles de libertad y autonomía que les permitan gestionar su propia experiencia vital.

“... tener más libertad, tener un trabajo seguro, porque trabajando para ti tienes tu trabajo seguro, nadie te despide, nadie te echa la bronca, nadie te echa del trabajo, nadie te controla, puedes hacer lo que tu quieras, ..., no estás con el miedo de que va a finalizar el contrato y mañana no tendrás trabajo. Además, tienes la oportunidad de demostrar lo que tú puedes hacer...” (Andrea, Poland)

No obstante, a pesar de que iniciaron esta actividad emprendedora a modo de huida de los condiciones de explotación en las que trabajaban en el servicio doméstico y persiguiendo la libertad y autonomía que les podría proporcionar la condición de empresarias, actualmente trabajan en régimen de auto-explotación, en la medida que lo hacen durante muchas horas al día, casi todos los días del año. Los siguientes comentarios de Katerina y María están relacionados con esta cuestión.

“... quería dejar mi trabajo y trabajar en una cosa mejor y lo que más me apetecía era trabajar para mí, porque ya estaba harta de que me explotaran, ¡harta!. Me apetecía trabajar para mí y tener un horario más flexible y ahora resulta que sigo sin tenerlo porque trabajar en la hostelería por tu cuenta es esclavitud pura...” (Katerina, Russia)

“...voy a hacer todo lo posible para que mis hijos no lleven la vida que yo llevo, los animo constantemente para que estudien, se saquen un título superior y consigan un empleo estable y bien pagado que les permita llevar una vida digna...” (María, Dominican Republic)

En estas circunstancias, la creación de empresas para estas mujeres obedece no tanto a la oportunidad, sino más bien a la necesidad ante situaciones de desempleo, subocupación o precariedad. La falta de motivación intrínseca puramente emprendedora se evidencia en tanto que algunas abandonan el ámbito empresarial en el momento que tienen oportunidad de integrarse en el mercado de trabajo como asalariadas y, además, resulta un comportamiento relativamente común incrementar el capital humano de sus hijos con la intención de que ocupen en un futuro profesiones cualificadas de cuello blanco y por cuenta ajena.

Aunque estas motivaciones de las mujeres inmigrantes también son comunes a los hombres, en el discurso masculino suele aparecer con más claridad que en el femenino motivaciones puramente emprendedoras de carácter material extrínseco como el afán por ganar dinero, prosperar en la escala social o adquirir control y poder sobre otras personas, o intrínsecos como la superación personal (Lewis, 2006). En cierto

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

modo, podría decirse que las mujeres son empujadas con más fuerza que los hombres hacia el empresariado, mientras que estos últimos se ven más atraídos que las primeras.

Así, el rol masculino de proveedores familiares resulta una motivación empresarial propia de su género que puede verse acentuada por el hecho de que en algunas de las culturas de origen de los inmigrantes se le da mucho valor y reconocimiento a la figura del hombre que emigra a Europa o Norteamérica para trabajar y hacer negocios y regresan como héroes a sus lugares de origen para que sus familias paternas y toda la comunidad se sientan orgullosos, a la vez que todas las mujeres aspiran a contraer matrimonio con uno de estos triunfadores (Schmidt and Blion, 2000).

Por el contrario, el rol comunal femenino empuja a las mujeres inmigrantes hacia el autoempleo en cuanto que les proporciona la flexibilidad temporal y espacial necesaria para compatibilizar trabajo y familia, siendo esto uno de los motivos que más valoran las mujeres en general del autoempleo y que las distinguen de los hombres (Grasmuck and Espinal, 2000). En muchos de los casos investigados, tanto la idea de crear el negocio, como el propio desarrollo del mismo se ve condicionado por la vida reproductiva y el cuidado de familiares dependientes lo cual evidencia la asunción de las múltiples responsabilidades de empresaria y madre/esposa/hija/ama de casa sin que ninguna de estas sea descargada o asumida en parte por el cónyuge/pareja. Carmen expresaba estas circunstancias con las siguientes palabras.

“...gracias a que trabajo como autónoma puedo atender el negocio con los niños, cerrar cuando alguno está enfermo, dedicar menos horas al negocio para cuidar al padre o al marido enfermo, aprovechar los tiempos muertos para hacer compras de la casa...”(Carmen, Colombia)

En la ideología tradicional de género se sacraliza el rol maternal de las mujeres y la familia como institución juega un papel preponderante en todas las esferas de la vida de las mujeres y, por supuesto, también en el autoempleo (Dreby, 2006). De esta forma, en el discurso de 18 de las 52 mujeres investigadas, especialmente en las latinoamericanas, se refleja de forma explícita el peso que sobre el proyecto empresarial ejercen los roles de madre, esposa, hija y ama de casa que en las sociedades tanto de origen como de destino se les ha transmitido a través de la socialización de género y que, por tanto, ellas han interiorizado.

“...tengo mis tres niños y quería dedicarles más tiempo, no estar sometida a un horario, planearlo todo de otra manera para estar yo más con ellos; llevarlos al colegio, traerlos, que comieran conmigo y no en el comedor, estoy pendiente de que hagan los deberes y todo eso. En ese sentido muy bien, porque si estuviera

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

trabajando por cuenta ajena estaría amargada por no poder atender bien a mi familia... (Rosa, Peru)

Así, el deseo de conseguir el bienestar de los hijos y de la familia y proporcionarles un porvenir halagüeño, aparece en el discurso como la justificación esquemática de género que les ayuda a mitigar las duras condiciones de la inmigración en el extranjero y les sirven de motivación para soportar y continuar hacia delante con su experiencia empresarial.

"...mi calidad de vida desde que abrí el negocio ha empeorado, más bien ha mejorado la de mi hijo y eso me pone contenta..." (Li, China).

En este contexto surge la figura de la mujer jefa de familia que opta por el proyecto empresarial como una estrategia de mantenimiento del hogar, en muchos casos transnacional, teniendo en cuenta la sexista falta de responsabilidad que, en algunas ocasiones, muestran las parejas varones de estas mujeres hacia la crianza de los hijos y para con las tareas domésticas. La presión del hogar transnacional para las mujeres solas con cargas familiares en origen bloquea la estrategia empresarial de esas madres solteras, separadas, viudas, divorciadas, o casadas que dejan a sus maridos e hijos en el país de origen en busca de una vida mejor (Hondagneu-Sotelo and Ávila, 1997). La necesidad de enviar remesas monetarias limita las posibilidades de ahorro para la inversión inicial del negocio tal como podemos apreciar en el siguiente comentario de Paola.

"...mis padres se quedaron con mis 3 hijos en mi país mientras emigrábamos y nosotros enviábamos dinero para mantenerlos, esto hacía difícil acumular dinero para empezar en una empresa..." (Paola, Ecuador)

Al menos 13 de las mujeres investigadas mantienen familiares dependientes muy cercanos, mayoritariamente hijos, en sus países de origen. A pesar de que iniciaron el proyecto migratorio y empresarial con la idea de proporcionar apoyo y mejores condiciones vitales a la familia que dejan en origen, estas mujeres sufren la presión del estereotipo de "la buena madre", aquella que debe estar vinculada espacial y temporalmente a sus hijos. A diferencia de los hombres, la maternidad transnacional va más allá del simple envío de remesas a sus familiares y, además de la responsabilidad económica, las mujeres inmigrantes empresarias entrevistadas sienten la obligación moral y la responsabilidad emocional de hacerse cargo de lo que dejan. En este sentido, las mujeres desarrollan una gran actividad para mantener la unidad familiar en la distancia a través del contacto telefónico, por e-mail, con cartas, preparando las reuniones por vacaciones, las visitas de parientes, o las reunificaciones familiares (Zontini, 2004). Igualmente, al menos 7 de las mujeres analizadas en el estudio gestionan al marido y a los niños en el país de destino y a los padres y familiares viejos o enfermos en sus países de origen.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

“Ayudo a mi marido en el negocio familiar”. Características y condicionantes del proyecto emprendedor

Un cuarto de las mujeres inmigrantes investigadas se ajustan al perfil de “empresa familiar tradicional”, es decir, son negocios familiares donde el protagonista de la iniciativa empresarial es el marido y las mujeres, aunque copropietarias, llevan a cabo únicamente un papel secundario, haciendo las veces de una ayuda familiar y sometándose a las decisiones y a la autoridad del marido.

“...mi marido se ha podido hacer autónomo por sus propios medios, pero también con mi ayuda, hemos tenido que ayudarnos de mujer a marido, como es lógico...” (Milena, Bolivia)

“...mi marido me dijo: te pongo un negocio a ti para mejorar el nivel de vida, ..., el puso todo el dinero, ..., no tengo un horario fijo, por ejemplo, normalmente abro a las 9.30, después de dejar a mis niños en el cole...” (Khadija, Morocco)

El término negocio de familia es un eufemismo masculino en el que el rol de la mujer y otros miembros de la familia es crucial (Grasmuck and Espinal, 2000; Rangaswamy, 2007). Las historias de éxito de ciertos grupos de inmigrantes emprendedores que dibujan el mito del hombre hecho a sí mismo oscurecen el esfuerzo y el acompañamiento de la familia entera, en especial de las mujeres. Consecuentemente, debemos ser cautelosos a la hora de construir la familia como un lugar de intereses colectivos y tendríamos que denunciar que muchas veces es un lugar que refleja meramente los intereses masculinos. No hacerlo así es homogeneizar en exceso y descontextualizar a-genéricamente la realidad familiar de la inmigración. Fatou y Xiaomei describen esta situación del siguiente modo.

“...en mi país la mujer trabaja más que el hombre, a veces la mujer saca una casa con marido y con ocho o nueve hijos, ..., no pasa nada. Por eso yo me siento bien aquí y no tengo mucha dificultad para ayudar en la tienda y llevar los niños, la casa, mi marido...” (Fatou, Senegal).

“...en mi casa, mi padre era comerciante y algunos de mis hermanos varones trabajaban con él y también yo y otra chica, siempre estábamos ahí...” (Xiaomei, China)

Como ponen de manifiesto Anthias and Mehta (2003, p. 112) las mujeres son un recurso más de los hombres, trabajo familiar barato o no pagado y vinculado con habilidades tradicionales femeninas como cocinar o la costura capitalizadas para el proyecto empresarial. Las mujeres, por el contrario, raramente pueden confiar en el apoyo étnico, porque sus roles prevalecientes son incompatibles con el de mujer autónoma, a la vez que, como apunta Kontos (2003, p. 187), los hombres no encajan

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

bien el rol de subordinado que ayuda en la empresa de la mujer. En este sentido, hay autores (Ganguly-Scrase and Julian, 1998) que consideran que las principales barreras del éxito empresarial femenino derivan del machismo conservador y que la situación de inmigración intensifica la opresión de género. El siguiente comentario de Gracia nos ayuda a interpretar esta cuestión.

“...los hombres de allá son muy machistas, a los hombres no les gusta que las mujeres trabajen por su cuenta, yo cuando tenía mi hija pequeña no trabajaba y ya cuando me separé de él comencé a trabajar y monté mi negocio...”(Gracia, Peru)

La mitad de las mujeres magrebíes y asiáticas entrevistadas se ajustan a este perfil empresarial enmarcado dentro de la propia estructura familiar, así como en el proyecto migratorio del conjunto de los miembros del hogar (Song, 1995; Rangaswamy, 2007). Estas mujeres utilizan una serie de ritmos y estrategias que combinan cotidianamente la vida laboral y familiar, de forma que confunden y entremezclan roles, tiempos y espacios empresariales y domésticos haciendo, de esta forma, felices a sus maridos, padres e hijos, y debido a la socialización de género, a ellas mismas como se puede interpretar de este comentario de Rachida .

“...además de cómo un negocio, esta tienda es la única posibilidad que tengo de seguir ejerciendo mi papel de esposa y madre musulmana al que no quiero renunciar...” (Rachida, Morocco)

Como vemos, en las mujeres procedentes del Magreb norteafricano uno de los principales moduladores de su experiencia empresarial y, por ende, de todo su proyecto migratorio es la religión puesto que la moralidad musulmana constriñe las actividades laborales femeninas y en el ámbito público (Desrues and Nieto, 2009). Bajo estas circunstancias, las inmigrantes viven y afrontan, a su manera, las disonancias y ambivalencias derivadas de su estatus de empresaria y de su pertenencia al género femenino. La cultura y la religión tradicional versus la modernidad Occidental sitúan a estas mujeres en una compleja posición en la que las creencias psicosociales de género ejercen una importante presión sobre su proyecto migratorio de autoempleo (Essers, Benschop and Doorewaard, 2008; Kirmani, 2009).

En esta línea, el discurso del *“...yo ayudo a mi marido...” (Fatima, Western Sahara)*, puede interpretarse como una justificación elaborada por las mujeres y tolerada por los hombres, para hacer frente a los impedimentos de la moralidad religiosa o de la cultura tradicional, que limita la participación de las mujeres en el mundo del trabajo y en el espacio público, aunque detrás de este discurso se pueden identificar una serie de consecuencias que podrían suponer un “cierto empoderamiento” para estas mujeres.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

Mientras que el empresariado inmigrante masculino es capaz de suplir las desventajas de clase con recursos provenientes de su grupo étnico y por su género de pertenencia, las mujeres utilizan otras estrategias marcadas por su condición femenina (Yetim, 2008).

En este sentido, un tipo de migración netamente familiar que encontramos íntimamente ligado al género sería la extensión transnacional de las cadenas femeninas de cuidadoras que conforman, en sí misma, una estrategia de conciliación laboral y familiar (Salaff and Grevent, 2004), así, hemos detectado como algunas familiares (abuelas, generalmente madres de la esposa, hermanas e hijas) acuden a la llamada de la mujer inmigrante empresaria para cuidar de los hijos/as y/o a gestionar el hogar.

“... mi marido me ha traído a mi hermana para cuidar nuestros hijos...”
(Malika, Algeria)

“...por fortuna pude traer a mi madre para que me echara una mano con los niños y la casa...” (Katerina, Russia)

Otro de los aspectos de su estrategia empresarial en el que se hace saliente la feminidad tiene que ver con el hecho de que la unión con un hombre, ya sea pareja o socio, sobre todo si es autóctono, facilita el lance empresarial, aún cuando genera cierta dependencia de género. Andrea, Maimouna y Aminata nos han relatado esta situación.

“...yo he seguido con el negocio de mi pareja, él ya lo tenía montado...”
(Andrea, Poland)

“...me lié con un señor que me ayudó a buscar trabajo de limpiadora, eso me proporcionó un contrato de trabajo con el que pude obtener los papeles y luego me prestó dinero para empezar el negocio,..., solamente mi novio me ha ayudado, yo tenía fianza gracias a mi novio, en ese tiempo con su sueldo pagaba el local, lo único que yo podía pagar es luz y teléfono, lo demás lo pagaba él,..., algunos de mis proveedores españoles están casados con negras y saben más o menos como va el asunto de la peluquería para afro-europeas,..., compramos también a otra que es nigeriana pero está casada con un español...”(Maimouna, Nigeria)

“...está muerto ahora,..., se llamaba Juan y me decía: ¡si tú no tienes papeles aquí, yo te hago un contrato, te pago el seguro y a trabajar!, pero murió en agosto,..., fue él quien me ayudó mucho a aprender a hablar español, me empujaba: ¡vete a cursos, vete a eso! Era un hombre mayor, casi 60 años, fue él quien me ayudó a integrarme mucho cuando llegué aquí con mi hija sola...”
(Aminata, Senegal)

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

Esto es debido a diferentes motivos clave como que la adquisición de recursos económicos para la inversión inicial del negocio se ve favorecida, borra las barreras administrativas con las que se encuentran las mujeres inmigrantes a la hora de montar una empresa y favorece la aceptación e integración por parte de la sociedad autóctona.

Igualmente, podemos decir que el proyecto emprendedor de las mujeres inmigrantes está marcado por la (auto)estereotipia de género en la medida que, por ejemplo, en ocasiones hablan de sus empresas como “...my baby...” (*Oumou, Nigeria*) o se refieren a su proceso de creación como que “...ha sido un embarazo y parto en solitario...” (*Sonia, Ecuador*) reflejando cierto compromiso maternal para con su negocio.

En este sentido, una parte de su estrategia empresarial la fundamentan en cualidades personales que se ajustan a la tradicional representación social femenina como son la atención y el trato cariñoso y empático que se ven capaces de proporcionar a su clientela; la limpieza, orden y pulcritud de sus negocios; o la constancia, persistencia, paciencia, sacrificio, abnegación en la que fundamentan el éxito de su proyecto emprendedor (Anderson and Hughes, 2009). Los testimonios de Lorena y Fatou son muy significativos con respecto a este tema.

“...hay mucha gente que me dice Lorena que dulce eres, ..., el cariño que yo doy a la gente mayor; que mi trato es siempre de abuelita, abuelito, caballero, venga guapa, ¿cómo está usted?, trato de ayudarle...”. (*Lorena, Colombia*)

“...yo soy muy cariñosa con mis clientes, eso es lo más importante, para mí eso es lo que me ha ayudado a ganar clientes, la caricia y paciencia que yo tengo con los españoles...” (*Fatou, Senegal*)

Además de la segmentación étnica del mercado laboral que afecta a todo el colectivo de hombres y mujeres inmigrantes, podemos hacer referencia a cierta segregación de género en cuanto que 24 de los 52 perfiles empresariales de las mujeres inmigrantes entrevistadas, a diferencia de los hombres, se ubican en aquellos sectores y actividades vinculados a las habilidades tradicionales de género femeninas y a la reproducción social –costura, cocina, limpieza, cuidado de personas dependientes, moda, belleza- en la medida que en la cultura mediterránea se les presuponen ciertas habilidades femeninas naturales para realizar este tipo de tareas (Solé, Ribas, Berballi and Parella, 1998). Suelen ser antiguas empleadas de origen inmigrante como Andrea y Ana que han acumulado conocimientos, información, financiación y contactos a lo largo de su trayectoria como asalariadas.

“...trabajé de camarera, trabajé de costurera, trabajé de planchadora, trabajé de cocinera, de agente de publicidad, de reportera en la televisión local, trabajé

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

con una persona mayor que tenía Alzheimer y muchas cosas...” (Andrea, Poland)

“...conocí a una señora que fue la que me dijo ¡métete ahí!, ¡pon tu propio taller!, ¡si tu sabes coser!, ¡tú haces arreglos de ropa por tu cuenta! A mí me gustó muchísimo la idea y desde entonces voy hacer ya dos años trabajando en esto...” (Ana, Bolivia)

En este sentido, Schrover, Van der Leun and Quispel (2007, p. 535) consideran que la participación en un nicho laboral como trabajadoras y empresarias refuerza la feminización de un determinado sector económico-laboral en el que se asocia el bajo estatus y salario con el hecho de que lo realizan las mujeres. Como menciona Light (2007, p. 544), los inmigrantes emprendedores muestran una clara tendencia a contratar a otros inmigrantes como empleados aprovechando, precisamente, aquello que a estas personas les supone serios obstáculos para integrarse en el mercado de trabajo ordinario. Así, estos empresarios no ejercen discriminación etno-racial hacia aquellos individuos con los que comparten idioma, redes sociales, claves culturales y, además, son capaces de valorar la productividad derivada de la preparación educativa, cualificación formativa y competencia profesional adquirida por estas personas en sus países de origen pero sin pagar por dicha productividad los costes habituales en el mercado de trabajo dominante. Paralelamente, el mismo autor (Light, 2007, p. 546) ha evidenciado, como las mujeres empleadoras también prefieren contratar a otras mujeres reconociendo y valorando, de esta forma, su productividad y contribuyendo a reducir las diferencias socio-laborales y económicas entre hombres y mujeres. Las mujeres inmigrantes emprendedoras, en cuanto que pertenecen a los dos colectivos antes mencionados, se podría pensar que también prefieren contratar a otras mujeres inmigrantes, lo cual, aún cuando puede ayudar a compensar las desventajas de clase y género que sufren en el mercado de trabajo mayoritario, no reduce la segregación étnica y de género puesto que ejercen su actividad empresarial, como acabamos de mostrar, en sectores socio-económicos y laborales feminizados y propios o específicos del colectivo de inmigrantes y, además, la mayor parte de los trabajadores que se pueden contratar en este tipo de nichos laborales también son mujeres e inmigrantes.

Identidad personal, empoderamiento de género y movilidad social. Consecuencias

A través del autoempleo las mujeres inmigrantes pueden verse inmersas en estrategias de empoderamiento que les lleva a superar su condición de mujeres en una cultura patriarcal en la que sus vidas han estado controladas por padres y hermanos en sus casas familiares y por sus maridos e hijos en sus hogares personales. Con el

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

autoempleo buscan escapar del control social de género, de clase y étnico y realizar una vida no vivida.

“...no quería depender de terceras personas para trabajar, ni de mi familia paterna, quería depender de mi misma para subsistir y tener mi propia familia, ..., ser autónoma es básico, ..., tener tu negocio para y por ti misma...” (Juana, Argentine)

En este sentido, dado el fenómeno generalizado en muchas partes del mundo de feminización de la pobreza y ante situaciones de crisis socioeconómica y laboral aguda, es bastante común entre estas mujeres inmigrantes iniciar la aventura migratoria huyendo de la presión social y de la dependencia al grupo de pertenencia en el país de origen (Kofman and Sales, 1998). El desplazamiento les permite una independencia social y económica que, aunque insuficiente, si les resulta necesaria para revalorizarse como personas y como mujeres, de hecho, este aumento de su estatus individual femenino, tan devaluado en sus culturas de origen, es una de las principales consecuencias explícitas que ha tenido el comportamiento emprendedor de 2 de las 4 mujeres africanas de nuestro estudio procedentes de países subsaharianos como Nigeria, Senegal, etc.

“...me gusta hacer mis cosas, me gusta ser mía, porque yo sé que tengo muchas cosas en mí...” (Aminata, Senegal)

Así, el proceso migratorio y emprendedor resulta decisivo no sólo en cuanto a la autopercepción de las mujeres, sino también en cuanto a las relaciones familiares de género. La emigración femenina emprendedora se constituye en un proceso de individualización a través del cual, aún sin dejar de ser y verse como miembros de un núcleo familiar, las mujeres adquieren conciencia de que también son individuos con necesidades y desarrollos propios y, por ende, tienden a adoptar una nueva posición dentro de la familia. La siguiente cita de Yamina recoge muy bien este cambio.

“...desde que abrí la tienda me respetan más, sobre todo los de mi país, ..., también mi marido está orgulloso de mí...” (Yamina, Morocco)

Analizando las narraciones de las mujeres investigadas también se aprecia como el proceso emprendedor les ha permitido mejorar sus relaciones sociales, aumentar los lazos de amistad con muchos nativos y, en general, adquirir un reconocimiento público y un estatus social más valorado puesto que, como dice Kontos (2003, p. 197), una mujer emigrante exitosa es aquella que, además, consigue mantener y aumentar sus redes sociales. Este es el caso de Monika.

“...en un negocio tratas mucha gente, conoces mucha gente, muchísima, hoy entra uno, mañana entra otro, mañana entra otro y así vas conociendo mucha

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

gente, ..., y con unos coges amistad, otros te pueden ayudar con muchas cosas, ¿sabes? Luego, siendo tú el dueño, te tratan de otra manera, porque hay algún tipo de racismo que hace que te portes mejor con el dueño y trates de otra manera al empleado. Siendo autónomo, teniendo tu propio negocio te ayuda mucho a llevar la vida mejor aquí ¿sabes?, y como inmigrante también, porque te integras mucho mas rápido en la sociedad, te integras mucho mejor; te tratan de otra manera...” (Monika, Russia)

No obstante, coincidimos con Harvey (2005, p.111) en que el cambio de estatus familiar y de género de las mujeres empresarias también puede volverse en su contra en la medida que puede hacerlas sospechosas de poner en cuestión el orden patriarcal al liberarse del control social y familiar de los varones.

En los hombres ocurre un proceso similar pero en el que se hace saliente, sobre todo, el empoderamiento y la movilidad social en la medida que a través de la conducta emprendedora adquieren una identidad social más positiva que les lleva a trascender sus percepciones como miembros de una categoría social desfavorecida, inmigrantes, a otra con más prestigio y estatus social, empresarios (Mana, Orr and Mana, 2009).

Por otra parte, también hemos detectado una serie de miedos y preocupaciones en algunas de estas mujeres empresarias inmigrantes que, desde nuestro punto de vista, podrían estar relacionadas con la socialización femenina de género.

“...me da miedo la noche y los borrachos...” (Anna, Romania)

“...me preocupan los robos y algunos chicos del barrio que vienen a menudo y me molestan, espero que me dejen tranquila...” (Wei, China)

“...mi hermana me decía: ¡si te quieres venir para España aquí estaremos juntas ya que aquí me encuentro muy sola, algunas veces tengo miedo y me siento mal!, ¿sabes?, ¡y aquí te encontramos trabajo y de todo! y, bueno, y así decidí venir aquí...” (Natalia, Ukraine)

Y es que, como explica Chasteen (1994, p. 312):

“...women are socialized to have a diffuse fear, connected to potential attacks by unknown men, ..., women see the world around them through the lens of socialized fear...”

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

Otra de las consecuencias diferenciales de género derivadas del hecho de ser empresaria tiene que ver con los estereotipos de género y las actitudes sexistas predominantes en el contexto geográfico del mediterráneo europeo (Anthias and Mehta, 2003; Ribas-Mateos, 2004). De esta forma, en el mundo de los negocios la mujer sigue ocupando los puestos internos y el hombre los externos, lo que equivale a la división tradicional entre el espacio público-masculino y el privado-femenino; igualmente, proveedores, clientes, financiadores suelen dirigirse al marido o a empleados hombres como si fuesen los empresarios y en ocasiones las mujeres tienen que ir acompañadas y avaladas por hombres a la hora de pedir créditos ya que estas aparecen ante los banqueros como necesitadas, inciertas y carentes de autoconfianza.

“...hasta mucho tiempo después de coger el negocio algunos creían que yo era empleada...” (Ivanka, Russia)

“...el negocio lo llevamos entre mi marido y yo, él se encarga de servir las mesas y atender a los clientes y yo estoy en la cocina preparando tapas y lavando los platos, vasos y demás...” (Milena, Bolivia)

Como describe Rangaswamy (2007, p. 680):

“... Husband and wife worked as joint owners, with the wife usually playing the role of trusted and watchful accountant manager. Amongst employees, there was some demarcation between ‘men’s work’ and ‘women’s work’, with the distinctions being maintained more clearly in some areas, such as the kitchen, than in others such as front counter and general clean-up. If the women were the wives of store-owners, they had a privileged position but also a more vested interest in working as hard as they could. According to some owners, if their wives had not rolled up their sleeves and worked long hours, or continued to manage and oversee store operations while they themselves were talking to bankers or scouting new locations, the men would never have achieved the successes they did...”

Por todo ello, la mujer inmigrante empresaria, a diferencia de los hombres, puede sentirse como en un contexto inapropiado (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004a), como de segunda clase, y esto puede repercutir en que realmente se asuma esta baja autoestima y sentimiento de inferioridad afectando a su desempeño empresarial a modo de profecía autocumplida y a través de la amenaza y la presión que este estereotipo de género negativo femenino ejerce sobre la (auto)evaluación de su competencia emprendedora (Steele, 1997)...

“...era un riesgo y yo tenía un poco de miedo de que fuese mal, al comienzo me afectó mucho los nervios, yo no podía ni hacer cuentas, me quedaba en blanco...” (Teresa, Argentine)

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

“...lo más importante es el apoyo anímico, psicológico, lo necesitas para no venirte abajo...” (Aicha, Morocco)

...o, por el contrario, que a través de la conducta emprendedora se intenten restaurar los daños infringidos en la autoestima (Langowitz and Minniti, 2007) tal como expresa Michaela.

“...teniendo un negocio te encuentras mucho mejor, más relajada, mucho más segura, te sientes orgullosa de lo que haces...” (Michaela, Romania)

El emprendimiento expansivo conlleva unos determinados riesgos económicos, dedicación absoluta, acumulación de capital humano, experiencia y/o contactos laborales que no son compatibles con la orientación biográfica que han recibido una gran parte de las mujeres estudiadas, socializadas por su género hacia la familia, los hijos y la casa. En los comentarios de Monika y Fatou se refleja con claridad el miedo al riesgo que muestran muchas mujeres inmigrantes empresarias.

“...si hubiera tenido la pastelería en un lugar más transitado, con más gente, habría tenido más éxito, pero el precio de los locales en el centro son carísimos y yo no puedo. Y otra cosa es el riesgo que existía, ..., tú imagínate, montar un negocio, que cuesta dinero, pagar un alquiler, que cuesta un montón y luego no entra nadie, no quieren y no les gusta, ¿qué haces?, entonces dije: vamos a empezar por poquito, un alquiler que no cueste tanto, tanto, tanto... y a ver qué tal...” (Monika, Russia)

Así, las mujeres empresarias inmigrantes no suelen desafiar el estatus quo abiertamente y adoptan estrategias más cautas, paulatinas, poco disruptivas o agresivas. El resultado no intencionado es que hay pocas mujeres inmigrantes empresarias que sirvan de referencia para ganar confianza a otras mujeres, perpetuándose, de esta manera, el modelo emprendedor masculino predominante.

“...se tiene mucho miedo a montar una empresa porque no sabes dónde vas a meterte, ..., hay que ir muy poco a poco para estar segura...” (Fatou, Senegal)

Parafraseando a Light (2007, p. 554-555): *“... mystifications o illusion that successful entrepreneurship requires only an act of will, ..., anyone can become an entrepreneur, ..., in actuality, as ethnic economy research reveals, successful entrepreneurship requires more than investment capital and a risk-taking personality, ..., high entrepreneurship develops in groups that have resources of social, cultural and human capital as well, of course, as financial capital, ..., childhood and adult socialisation inadequately prepares and motivates women for entrepreneurship, ..., lacking all the requisite resources in the requisite*

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

quantities (social, cultural, human and financial capital), women do not become entrepreneurs as often as do men because they still cannot do so...”

Por el contrario, en el discurso de los hombres resulta habitual hacer saliente cierta apología del riesgo como parte de su estrategia empresarial que, desde nuestro punto de vista, tiene que ver con la tradicional socialización de género masculina en la que se asocia el estereotipo del hombre empresario con la capacidad para asumir riesgos de forma valiente, casi heroica, haciendo ostentación de una gran seguridad en sí mismos (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004b).

Como concluye Fairlie and Robb (2009, p.392):

“...in the end, unobservable factors, such as different preferences, discrimination, and risk aversion, may be responsible for low levels of female entrepreneurship...”

Conclusiones

A partir de los testimonios de las mujeres inmigrantes entrevistadas vemos cómo todo el proceso emprendedor (motivaciones, estrategias y consecuencias) está condicionado por su adscripción al género femenino y cómo la actividad empresarial les ayuda a superar la segregación laboral y de género que sufren por su doble condición de mujeres e inmigrantes, les permite ajustarse a los condicionantes y demandas de su rol de género tradicional y les supone una fuente de autoestima e identidad personal, empoderamiento de género y movilidad social.

De esta forma, la actividad empresarial en estas mujeres inmigrantes obedece, simultáneamente, a una estrategia de lucha contra la exclusión y segregación del mercado sociolaboral que las fuerza a asumir condiciones de autoexplotación y precariedad dentro de sus propios negocios, pero que a la vez resulta una opción voluntaria y libre en aras de conseguir cotas más altas de autonomía e independencia profesional, valor personal, prestigio social y, consecuentemente, paridad de género.

En las narraciones de estas mujeres se refleja con claridad la función del autoempleo como estrategia para conciliar vida familiar, profesional y personal sin salirse de los modelos religiosos, éticos y de género femeninos impuestos en sus culturas tradicionales patriarcales y que las hace anteponer su roles como madres, esposas, hijas y/o amas de casa antes que mujeres empresarias. En este sentido, son muchas las ocasiones en las que las mujeres representan la cara oculta de las historias de éxito del empresariado inmigrante en la medida que constituyen un capital humano invisible, incondicional e intemporal.

En el contexto social, económico y político del sur de España existe una marcada segmentación sociolaboral que constriñe al colectivo de inmigrantes dentro del

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

ámbito de la economía sumergida realizando trabajos en condiciones de inestabilidad, precariedad y con poco reconocimiento social. De esta forma, para las mujeres inmigrantes la creación de una empresa resulta uno de los escasos procedimientos que existen en este contexto para conseguir cierta movilidad social y empoderamiento de género. Además, como consecuencia de la cultura mediterránea española se establece una fuerte segregación de género en el mercado de trabajo que restringe las actividades profesionales de las mujeres, bien sea como empleadas o empresarias, a los ámbitos del servicio doméstico, la costura y la asistencia de personas mayores, enfermas o niños/as.

La intersección categoría social, etnia y género se ilustra igualmente si tomamos como referencia el debate sobre los modelos del empresariado étnico puesto que, aunque sobre las mujeres inmigrantes empresarias ejercen influencia factores derivados de su condición de grupo social desfavorecido (inmigrantes), bien sean de carácter estructural (obstáculos para acceder al mercado de trabajo asalariado, problemas en el acceso a determinados sectores sociolaborales y restricciones en la salidas de algunos otros), cultural (tradicción, religión, costumbres, redes) y/o geográfico (características y particularidades jurídicas, normativas, culturales y sociales propias del emprendimiento y la inmigración en España), tenemos que enfatizar que todo el proceso se ve matizado de manera muy importante por el hecho de ser mujeres desempeñando un rol empresarial estereotípicamente masculino y en un contexto social, económico y cultural ajeno e impregnado de diferencias de género.

En este sentido, podemos ver que existe similitud entre las diferencias de género encontradas en la literatura científica sobre emprendedores y las que se han puesto de manifiesto en esta investigación con el colectivo de mujeres inmigrantes, lo cual nos podría estar indicando que, aunque el fenómeno migratorio y el contexto sociocultural introducen importantes e interesantes matices sobre este objeto de estudio, la influencia del género tiene un efecto aún más visible y dominante sobre el comportamiento emprendedor que la condición de inmigrante.

En cuanto a la influencia de la zona geográfica de procedencia sobre el proyecto empresarial migratorio femenino hemos apreciado algunas peculiaridades entre las mujeres estudiadas, aunque muchas menos de las que en un principio cabría esperar dada la diversidad étnica, cultural, social y económica existente entre los territorios de origen. Sin pretensiones de generalización y teniendo en cuenta que este no ha sido el objetivo principal de nuestro estudio si nos gustaría comentar que hemos observado como para muchas mujeres latinoamericanas la familia y la asunción de un rol maternal ejerce una influencia preponderante sobre sus proyectos empresariales. En una gran parte de las inmigrantes magrebíes la adopción de un perfil de familia-empresa les permite satisfacer importantes preceptos de su moralidad religiosa; algo parecido ocurre entre algunas de las empresarias asiáticas investigadas pero con unos tintes más culturales que religiosos. Para numerosas mujeres subsaharianas, la experiencia

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

empresarial tiene como consecuencia un empoderamiento personal y social que incrementa su valor como individuos y las hace percibirse y ser percibidas como algo más que miembros de un colectivo, el de las mujeres, discriminado y marginado en sus sociedades de origen. Igualmente, muchas europeas orientales se plantean la creación de un negocio como una forma de continuidad profesional y/o movilidad socio-laboral.

Por último, concluimos que la intersección de procesos psicosociales como el sexismo, clasismo y racismo empujan a estas mujeres a ciertos nichos ocupacionales e influyen en un nivel más micro sobre su comportamiento emprendedor, interacciones sociales, vida familiar y experiencia personal. A pesar de ello, las mujeres inmigrantes emprendedoras se pueden considerar modelos que rompen estereotipos y prejuicios tanto de género como de colectivo social puesto que ayudan a superar la visión que se tiene en España sobre los inmigrantes como un problema socialmente construido a través de imágenes preconcebidas de pobreza, marginalidad y conflictividad; a la vez que contribuyen al desarrollo progresivo de una representación social positiva del empresariado femenino contrapuesta a las tradicionales y sexistas percepciones mediterráneas sobre las mujeres de conformidad, falta de iniciativa, sin aspiraciones e incapaces de triunfar y de arriesgarse.

Referencias

- Alund, Aleksandra (2003). Self-employment of non-privileged groups as integration strategy. Ethnic entrepreneurs and other migrants in the wake of globalization. *International Review of Sociology*, 13,1, 77-87.
- Anderson, Bridget (2007). A very private business: Exploring the demand for migrant domestic workers. *European Journal of Women's Studies*, 14,3, 247-264.
- Anderson, Nickela & Hughes, Karen (2009). The business of caring: Women's self-employment and the marketization of care. *Gender, Work and Organization*. Online publication. Doi:10.1111/j.1468-0432.2009.00461.x
- Anthias, Floya & Mehta, Nishi (2003). The intersection between gender, the family and self-employment: The family as a resource. *International Review of Sociology*, 13,1, 105-116.
- Apitzsch, Ursula (2003). Gaining autonomy in self-employment processes. The biographical embeddedness of women's and migrants' business. *International Review of Sociology*, 13,1, 163-182.
- Apitzsch, Ursula & Kontos, Maria (2003). Self-employment, gender and migration. *International Review of Sociology*, 13,1, 67-76.
- Apitzsch, Ursula & Kontos, Maria (2008). *Self-employment activities of women and minorities: Their success or failure in relation to social citizenship policies*. Netherlands. Vs verlag für sozialwissenschaften.
- Bonacich, Edna (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38,5, 583-594.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

- Brindley, Clare (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11,2, 144-161.
- Bruni, Attila, Gherardi, Silvia & Poggio, Barbara (2004a). Doing gender, doing entrepreneurship: an ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work and Organization*, 11,4, 406–429.
- Bruni, Attila, Gherardi, Silvia & Poggio, Barbara (2004b). "Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs". *Journal of Organizational Change Management*, 17,3, 256-268.
- Campbell, Rebecca & Wasco, Sharon (2000). Feminist approaches to social science: Epistemological and methodological tenets. *American Journal of Community Psychology*, 28,6, 773-791.
- Chasteen, Amy (1994). "The world around me": The environment and single women, *Sex Roles*, 31,5/6, 309-328.
- Cowling, Marc & Taylor, Mark (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species. *Small Business Economics*, 16, 3, 167-175.
- Coyle, Angela (2007). Resistance, regulation and rights. The changing status of polish women's migration and work in the 'new' Europe. *European Journal of Women's Studies*. 14,1, 37-50.
- Cromie, Stan & Hayes, John (1988). Towards a typology of female entrepreneurs, *Sociological Review*, 36(1), pp 97–113.
- Dhaliwal, Spinder (1998). Silent contributors: Asian female entrepreneurs and women in business. *Women's Studies International Forum*, 21,5, 463-474.
- Dallafar, Arlene (1994). Iranian women as immigrant entrepreneurs. *Gender and Society*, 8,4, 541–559.
- Denzin, Norman & Lincoln, Yvonna (2000). *The handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Desrues, Thierry & Nieto, Juana (2009). The development of gender equality for Moroccan women illusion or reality? *Journal of Gender Studies*, 18,1, 25-34.
- Dreby, Joanna (2006). Honor and virtue: Mexican parenting in the transnational context. *Gender and Society*, 20,1, 32-59.
- Erel, Umet (2007). Constructing meaningful lives: biographical methods in research on migrant women. *Sociological Research Online*, 12,4.
- Essers, Caroline, Benschop, Yvonne & Doorewaard, Hans (2008). Female ethnicity: Understanding Muslim immigrant businesswomen in The Netherlands. *Gender, Work and Organization*, Online publication DOI: 10.1111/j.1468-0432.2008.00425.x
- Fairlie, Robert & Robb, Alicia (2009). Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey, *Small Business Economics*, 33,4, 375-395.
- Ganguly-Scrase, Ruchira & Julian, Roberta (1998). Minority women and the experiences of migration. *Women's Studies International Forum*, 21,6, 633–648.
- Grasmuck, Sherri & Espinal, Rosario (2000). Market success or female autonomy? Income, ideology and empowerment among micro entrepreneurs in the Dominican Republic. *Gender and Society*, 14,2, 231-255.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

- Gupta, Vishal; Turban, Daniel.; Wasti, Arzu & Sikdar, Arijit (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33,2, 397-417.
- Harvey, Adia (2005). Becoming entrepreneurs: intersections of race, class, and gender at the black beauty salon. *Gender and Society*, 19,6, 789-808.
- Hisrich, Robert & Brush, Candida (1984). The woman entrepreneur: Management, skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22, 30-37.
- Holvino, Evangelina (2008). Intersections: the simultaneity of race, gender and class in organization studies. *Gender, Work and Organization*, Online publication DOI: 10.1111/j.1468-0432.2008.00400.x
- Hondagneu-Sotelo, Pierrette & Ávila, Ernestine (1997). "I'm here, but I'm there". The meanings of Latina transnational motherhood. *Gender and Society*, 11,5, 548-571.
- Hughes, Karen (2003). "Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership", *Gender, Work and Organization* 10,4, 433-454.
- King, Russell & Zontini, Elisabetta (2000). The role of gender in the South European immigration model. *Papers*, 60, 35-52.
- Kirmani, Nida (2009). Deconstructing and reconstructing "Muslim women" through women's narratives. *Journal of Gender Studies*, 18 (1), 47-62.
- Kloosterman, Robert & Rath, Jan (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27,2, 189-201.
- Kofman, Eleonore & Sales, Rosemary (1998). Migrant women and exclusion in Europe. *European Journal of Women's Studies*, 5, 381 - 398.
- Kontos, Maria (2003). Considering the concept of entrepreneurial resources in ethnic business: Motivation as a biographical resource? *International Review of Sociology*, 13,1, 183-204.
- Kreide, Regine (2003). Self-employment of women and welfare-state policies. *International Review of Sociology*, 13,1, 205-218.
- Kupferberg, Feiwel (2003). The established and the newcomers: What makes immigrant and women entrepreneurs so Special? *International Review of Sociology*, 13,1, 89-104.
- Langowitz, Nan & Minniti, Maria (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **31,3, 341-364**.
- Lewis, Patricia (2006). The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, 13,5, 453-469.
- Light, Ivan (2007). Women's economic niches and earnings inferiority: The view from the ethnic economy. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33,4, 541-557.
- Malach-Pines, Ayala & Schwartz, Dafna (2008). Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, 23,7, 811-832.
- Mana, Adi; Orr, Emda & Mana, Yossi (2009). An Integrated Acculturation Model of Immigrants' Social Identity. *The Journal of Social Psychology*, 149,4, 450-474.
- Marlow, Susan (2002). Women and self-employment: a part of or apart from theoretical construct? *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3,2, 83-91.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

- McManus, Patricia (2001). Women's participation in self-employment in Western industrialized nation, *International Journal of Sociology*, 31, 2, 70-97.
- Minniti, Maria & Nardone, Carlo (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28,2-3, 223-238.
- Morokvasic, Mirjana (1991). Roads to independence self-employed immigrants and minority women in five European States. *International Migration*, 19,3, 407-420.
- Mueller, Stephen (2004). Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9,3, 199-220.
- Muravyev, Alexander, Talavera, Oleksandr & Schaefer, Dorothea (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37,2, 270-286.
- Ogbor, John (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideologycritique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies*, 37,5, 605-635.
- Portes, Alejandro (1998). Social capital: Its origins and applications in modern society. *Annual Review of Sociology*, 24,1, 1-24.
- Rangaswamy, Padma (2007). South Asians in Dunkin' Donuts: Niche Development in the Franchise Industry. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33,4, 671-686.
- Rath, Jan & Kloosterman, Robert (2000). Outsiders' business: a critical review of research on immigrant entrepreneurship. *International Migration Review*, 34,3, 657-681.
- Ravenstein, Ernst (1885). The laws of migration. *Journal of Statistical Society of London*, 48,2, 167-235.
- Reyneri, Emilio (2003). Immigration and the underground economy in new receiving South European countries: Manifold negative effects, manifold deep-rooted causes. *International Review of Sociology*, 13, 1, 117-143.
- Ribas-Mateos, Natalia (2004). How can we understand immigration in Southern Europe? *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 30,6, 1045-1063.
- Salaff, Janet & Greve, Arent (2004). Can women's social networks migrate? *Women's Studies International Forum*, 27, 2, 149-162.
- Schmidt, Ottavia & Blion, Reynald (2000). Du Sénégal a New York: quel avenir pour la confrérie mouride? *Hommes et Migrations*, 1124, 36-45.
- Schrover, Marlou, Van der Leun, Joanne & Quispel, Chris (2007). Niches, labour market segregation, ethnicity and gender. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33,4, 529-540.
- Solé, Carlota, Ribas, Natalia, Berballi, Valeria & Parella, Sonia (1998). Irregular employment amongst migrants in Spanish cities. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 24, 2, 333-346.
- Song, Miri (1995). Between "the front" and "the back". Chinese women's work in family businesses. *Women's Studies International Forum*, 18, 3, 285-298.
- Startiene, Grazina & Remeikiene, Rita (2008). Gender Gap in Entrepreneurship. *Engineering Economics*, 5,60, 95-103.
- Steele, Claude (1997). A treat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52, 613-629.

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370. DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.

- Strüder, Inge (2003). Self-employed Turkish-speaking women in London: Opportunities and constraints within and beyond the ethnic economy. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4, 3, 185-195.
- Taniguchi, Hiromi (2002). Determinants of women's entry into self-employment. *Social Science Quarterly*, 83, 3, 875-893.
- Waldinger, Roger (1995). The other side of embeddedness: A case-study of the interplay of economy and ethnicity. *Ethnic and Racial Studies*, 18, 3, 555-80.
- Werbner, Pnina (1999). 'What colour "success"? Distorting value in studies of ethnic entrepreneurship'. *The Sociological Review*, 47, 3, 548-580.
- Yetim, Nalan (2008). Social Capital in Female Entrepreneurship. *International Sociology*, 23,6, 864-885.
- Zontini, Elisabetta (2004). Immigrant women in Barcelona: Coping with the consequences of transnational lives. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 30,6, 1113-1144.

Anexos

Cuadro 1. Participantes

Origen	Edad	Estudios	Actividad empresarial	Antigüedad
Latinoamérica 24	Media 36.9	Secundarios 28	Moda, lencería, novias 9	Media 32 meses
Magreb 10	Rango 21-58	Superiores 12	Bares, restaurantes 8	Rango 6-62 meses
Asia 7		Primarios 8	Bazares, regalos 6	
Europa del Este 7	<i>Estado Civil</i>	Sin estudios 4	Locutorios, Ciber 6	<i>Empleados</i>
África subsahariana 4	Casadas 33		Peluquería y belleza 5	Media 0.8
	Solteras 10		Costura 4	Rango 0-5
	Divorciadas 9		Alimentación 4	
	<i>Hijos</i>		Guarderías, geriátricos 4	<i>Ingresos</i>
	Media 1.95		Artesanía 2	Cubrir gastos 32
			Limpieza 2	Beneficios 14
			Profesiones liberales 2	Pérdidas 8

González-González, J.M., Bretones, F. D., Zarco, V. y Rodríguez, A. (2011). Women, immigration and entrepreneurship in Spain. *Women's Studies International Forum*, 34, 360-370.
DOI:10.1016/j.wsif.2011.05.007.