
EMPRESARIADO ASIÁTICO
EN ESPAÑA

Editores:

JOAQUÍN BELTRÁN ANTOLÍN

Profesor de Estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Codirector de la Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas en España (RICAЕ)
de la Fundació CIDOB

AMELIA SÁIZ LÓPEZ

Profesora de Estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Codirectora de la Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas en España (RICAЕ)
de la Fundació CIDOB

Contribuciones de:

JOAQUÍN BELTRÁN ANTOLÍN

Profesor de Estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Codirector de la Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas en España (RICAЕ)
de la Fundació CIDOB

DÉBORA BETRISEY NADALI

Profesora de Antropología Social de la Universidad Complutense de Madrid.
Investigadora de RICAЕ-CIDOB

VALERIANO ESTEBAN SÁNCHEZ

Profesor de Sociología de la Universidad de La Laguna.
Investigador de RICAЕ-CIDOB

ANA MARÍA LÓPEZ SALA

Investigadora del Centro Superior de Investigaciones Científicas de Madrid.
Investigadora de RICAЕ-CIDOB

AMELIA SÁIZ LÓPEZ

Profesora de Estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Codirectora de la Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas en España (RICAЕ)
de la Fundació CIDOB

Interrogar la actualidad
Serie Asia

JOAQUÍN BELTRÁN ANTOLÍN
y AMELIA SÁIZ LÓPEZ (eds.)

EMPRESARIADO ASIÁTICO
EN ESPAÑA

Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas
en España

© 2009 para cada uno de los trabajos:
Joaquín Beltrán Antolín, Débora Betrisey Nadali, Valeriano Esteban Sánchez,
Ana María López Sala, Amelia Sáiz López

© 2009 Fundació CIDOB
Elisabets, 12, 08001 Barcelona
<http://www.cidob.org>
e-mail: subscripcions@cidob.org

Distribuido por Edicions Bellaterra, S.L.
Navas de Tolosa, 289 bis, 08026 Barcelona
www.ed-bellaterra.com

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

Impreso en España
Printed in Spain

ISBN: 978-84-92511-09-9
Depósito Legal: B. 25.322-2009

Impreso por Book Print Digital. L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)

Índice

Presentación, *J. Ribera*, 11

Prólogo, *J. Beltrán y A. Sáiz*, 13

Introducción: apuntes teóricos y consideraciones metodológicas,
J. Beltrán y A. Sáiz, 17

PRIMERA PARTE

Presencia asiática en España

1. Población asiática en España, *J. Beltrán y A. Sáiz*, 37
 - Distribución por comunidades autónomas, 41
 - Distribución por provincias, 44
2. Asiáticos en Canarias, *A. M.^a López y V. Esteban*, 47
 - Los cambios en la comunidad asiática en el archipiélago canario: etapas y cuencas migratorias, 51
 - La distribución espacial de los ciudadanos asiáticos en Canarias. Las islas mayores, las capitales insulares y los principales municipios turísticos, 58
 - El asentamiento en las dos capitales de provincia: un mapa de distritos y barrios donde viven los ciudadanos asiáticos, 68

8 Empresariado asiático en España

3. Asiáticos en Madrid, *D. Betrisey*, 71
Distribución por sexo y edad, 74
Lugar de residencia, 76
4. Asiáticos en Cataluña, *J. Beltrán* y *A. Sáiz*, 79
Distribución de la población por comarcas y municipios, 79
Población asiática en el municipio de Barcelona, 83

SEGUNDA PARTE

El empresariado asiático en España

5. Introducción a las actividades empresariales de los asiáticos en España, *J. Beltrán* y *A. Sáiz*, 91
6. Canarias, tierra de instalación de comunidades extranjeras dedicadas al comercio, *A. M.^a López* y *V. Esteban*, 103
La historia de las comunidades extranjeras dedicadas al comercio, 103
La actividad económica de los inmigrantes asiáticos y la localización de los negocios, 108
Prácticas transnacionales y actividad empresarial de los ciudadanos asiáticos en Canarias. El caso de la comunidad sindhi, 120
Conclusiones, 138
7. Empresariado asiático en Madrid, *D. Betrisey*, 141
Inserción laboral de la población asiática en el mercado de trabajo local, 141
Empresas y empresarios asiáticos, 143
Trayectoria empresarial de pobladores asiáticos: análisis de casos, 154
Conclusiones, 179
8. Empresariado asiático en Cataluña, *J. Beltrán* y *A. Sáiz*, 183
La localización de las empresas asiáticas, 183
La muestra, 189
Trayectorias, 189
Antecedentes laborales, 198

Las empresas, 206

Conclusiones: de lógicas y prácticas, 223

9. Últimas reflexiones, *J. Beltrán* y *A. Sáiz*, 229

Notas, 237

Bibliografía, 247

Presentación

A lo largo de su trayectoria institucional, uno de los principales objetivos de la Fundación CIDOB ha sido fomentar el sentimiento de pertenencia a la sociedad internacional. Décadas atrás, esto se traducía fundamentalmente en una labor de democratizar el conocimiento, que pretendía poner al alcance de la sociedad y de sus instituciones los instrumentos necesarios para la mejor inserción de Barcelona, Cataluña y España en un contexto internacional que, por su parte, se ha ido transformando velozmente.

Transcurridos los años, la dimensión internacional se ha convertido en una evidencia insoslayable en los más diversos ámbitos de nuestro entorno inmediato. Y una de las más poderosas señales que España ha recibido en este sentido ha sido la de las migraciones internacionales. En un corto espacio de tiempo se han hecho considerables esfuerzos, exitosos en muchos casos, para gestionar eficazmente los retos que comporta convertirse en un país receptor de inmigrantes. Pero no siempre se han sabido valorar correctamente las aportaciones que estos flujos migratorios han comportado, tanto para la dinamización del tejido productivo interno como para la conexión con otros países.

El presente libro pretende superar este vacío aportando una investigación empírica y analítica sobre las actividades económicas de las principales comunidades asiáticas asentadas en el territorio. Es el resultado de un trabajo de investigación en red de largo recorrido en torno a la creciente presencia en España de comunidades procedentes de países como China, Pakistán, Filipinas, India, Bangladesh, Japón o Corea. Comunidades que presentan rasgos muy diferentes en sus razones migratorias y sus trayectorias, en su inserción económica y social y en sus conexiones internacionales, desde el país de acogida.

El texto que sigue resume todo esto y pretende ser un instrumento de especial utilidad para las instancias encargadas de la gestión del fenómeno migratorio y la convivencia, así como de las que tienen como objetivo la dinamización de la economía local y la proyección internacional de la misma. En este último sentido cabe esperar que sepamos aprovechar a los protagonistas de la movilidad internacional, ya que en muchos casos estos son una avanzadilla natural, dotada de unos recursos humanos y materiales que muchos otros países están sabiendo utilizar.

JOSEP RIBERA

Director de la Fundación CIDOB

Prólogo

El Programa Asia de la Fundación CIDOB comenzó la línea de investigación de «Migraciones asiáticas: comunidades asiáticas en España y en la Europa mediterránea y política exterior» el año 2001 con la colaboración de Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López, profesores del Instituto de Estudios Internacionales e Interculturales de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). El primer trabajo de investigación realizado dentro de esta nueva línea consistió en el análisis y la presentación del estado de la cuestión de nuestros conocimientos sobre las comunidades asiáticas en España (Beltrán y Sáiz, 2002), donde se proponía una agenda para futuros trabajos que abordaran diferentes aspectos concretos de la presencia asiática en España ante la escasez, o total carencia, de estudios básicos en este ámbito.

En el año 2003 se avanzó con la investigación sobre el segmento de las comunidades asiáticas compuesto por los estudiantes matriculados en estudios superiores en Cataluña que forman parte de la élite de las mismas, resaltando la importancia de su presencia para la internacionalización de los servicios de educación superior, por una parte, y las dificultades que impiden su llegada, frenando su desarrollo, frente a otros países europeos y anglosajones. Algunos de los estudiantes asiáticos, al acabar sus estudios se convierten en trabajadores de alta cualificación y/o establecen empresas propias tanto en España como en sus países de origen, por lo que su importancia para el futuro económico, tanto en uno como en otro caso, no debe pasar inadvertida (Beltrán y Sáiz, 2003).

En el año 2004 se creó la Red de Investigación sobre Comunidades Asiáticas en España (RICA) para realizar el proyecto de investigación «Empresariado étnico y transnacionalismo en las comunidades asiáticas

en España». El planteamiento de este estudio era mucho más ambicioso que los precedentes, pues para abordar el objetivo primordial de las actividades empresariales de las diferentes comunidades asiáticas era necesario más tiempo, por lo que se ha llevado a cabo en tres años (2005-2007), y más investigadores para que, al menos, analizaran este fenómeno en las comunidades autónomas de España donde la presencia asiática es más importante, bien sea por su volumen (Cataluña y Madrid) o por su historia (Canarias).

RICAE comenzó su andadura con la incorporación al equipo de investigación, dirigido por Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López de la UAB, de Débora Betrisey Nadali, del departamento de Antropología Social de la Universidad Complutense de Madrid, y de Ana María López Sala del departamento de Sociología de la Universidad de La Laguna (Tenerife). Ambas tenían experiencia investigadora en el fenómeno de las migraciones, aunque no en el caso concreto de las asiáticas, por lo que para ellas fue todo un reto que asumieron con gran entusiasmo e interés. En el año 2005 también se incorporó a RICAE Valeriano Esteban Sánchez, profesor de Sociología de la Universidad de La Laguna.

Canarias tiene una dificultad añadida al ser un archipiélago, lo cual entorpece en gran manera la realización del trabajo de campo, ya que hay que trasladarse a diferentes islas para la observación, recopilación de datos y realización de entrevistas. Debido a esto en Canarias ha sido necesario contar con la colaboración de ayudantes de campo en diferentes fases del proyecto. En el año 2005 la ayudante de campo fue Lorena Gorrín; en los años 2006 y 2007, Yolanda Márquez; y en el año 2007, Inés Chimea y Adrián Hernández. Algunos datos clave sobre la comunidad fueron contrastados con la información obtenida por el antropólogo Néstor Verona (del Grupo de Investigación Religiones en Canarias de la Universidad de La Laguna), que en estos momentos está realizando un estudio etnográfico sobre el hinduismo en Canarias dentro del proyecto Religiones minoritarias.

El CIDOB organizó el primer taller dedicado a las migraciones asiáticas: «Migraciones y relaciones internacionales entre Asia y España: los casos de Filipinas, Pakistán y China» el 6 de septiembre de 2004, y fue publicado en un número monográfico de la *Revista Cidob d'Afers Internacionals*, n° 68 (2005). Los primeros avances de la investigación emprendida por RICAE se comenzaron a divulgar con la organización de una jornada bajo el título de «Transnacionalismo y empresariado asiático».

co. España, Gibraltar y Andorra», el 28 de noviembre de 2006; una selección de las participaciones se publicó en el número monográfico *Migración, transnacionalismo y empresariado asiático en España*, de la *Revista Cidob d'Afers Internacionals*, nº 78 (2007). Previamente también se publicó un avance de la investigación bajo el título *Población y actividades económicas de las comunidades asiáticas en España* (Documentos CIDOB-Asia, nº 10, 2006). Finalmente, en el seminario internacional «Asiáticos en España y en el Mediterráneo: diáspora, transnacionalismo y empresariado étnico», celebrado los días 1 y 2 de abril de 2008 (en prensa), se ofrecieron algunos de los resultados de la investigación que ahora presentamos en este volumen.

Antes de pasar a la introducción del libro, solo nos queda agradecer al director de la Fundación CIDOB, Josep Ribera, su apoyo e interés demostrado durante todos estos años hacia la investigación aquí presentada, así como al director del Programa Asia de la Fundación, el profesor Sean Golden, por su confianza en nuestro trabajo, y al coordinador del Programa, Alex González, por su disposición constante, apoyo y gran ayuda en todo momento para resolver con eficacia todos los problemas técnicos y administrativos.

Y especialmente queremos dar las gracias a todos los hombres y mujeres empresarios que han tenido la paciencia de contestar a nuestras preguntas, regalándonos generosamente su valioso tiempo y compartiendo con nosotros sus experiencias vitales y empresariales, a pesar de estar siempre muy ocupados y de las molestias que les hayamos podido causar. A tod@s ell@s está dedicado este trabajo.

JOAQUÍN BELTRÁN ANTOLÍN y AMELIA SAÍZ LÓPEZ

Introducción: apuntes teóricos y consideraciones metodológicas

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

La presencia asiática en España cuenta desde el primer momento de su asentamiento con una importante actividad empresarial que ha sido abordada de un modo fragmentario y esporádico a lo largo del tiempo. La falta de información y de conocimientos acerca de sus peculiaridades y características empresariales han dado lugar a la difusión de una serie de estereotipos interesados muy poco fundamentados que en ocasiones han provocado conflictos y violencia,¹ comportamientos xenófobos que lejos de fomentar y reconocer las adaptaciones, inserción y contribuciones de los diferentes grupos que componen la sociedad al desarrollo de la economía nacional, levantan barreras tendentes a la exclusión.

Nuestra hipótesis de partida se inscribe en una perspectiva que trata de superar el nacionalismo metodológico, por un lado, y el culturalismo esencializante y reificador, por otro, que dominan en los estudios migratorios. En primer lugar, la introducción del transnacionalismo como eje vertebrador para explicar las actividades económicas rompe con la exclusividad del Estado-nación como único referente para las mismas. En segundo lugar, y sin renunciar del todo a las diferencias étnicas y peculiaridades culturales de grupos sociales con distintos orígenes, hemos procurado tomar como referente a las instituciones empresariales en sí mismas dando lugar a nuevas tipologías no necesariamente etnificadas ni determinadas culturalmente. No se trata de minusvalorar la importancia de los recursos étnicos, que a menudo son fundamentales para el establecimiento, consolidación y/o expansión de las empresas, sino de reordenarlos bajo otra jerarquía interpretativa que los sitúa en un nivel diferente, o lo que es lo mismo, que los relega a un segundo plano porque las categorías explicativas fundamentales desde nuestro punto de vista no son tanto la etnicidad

como las redes sociales y estructuras familiares, aunque sin duda, en muchas ocasiones, se puedan confundir con la primera.

El intento de determinar el peso de la contribución económica de las actividades empresariales en manos de personas de origen asiático al conjunto de la economía española era uno de los objetivos fundamentales del proyecto de investigación. No obstante, y tras muchos e infructuosos intentos de acceder a datos y estadísticas en este sentido que incluyan consultas que van desde el Ministerio de Economía a Cámaras de Comercio, hemos desistido en la elaboración de un panorama claro avalado con cifras oficiales. Este tipo de tarea y la complejidad de los datos para recoger, requiere una voluntad política que no hemos sido capaces de movilizar. Por lo tanto, nuestra aproximación será indirecta, con datos fragmentarios y basada fundamentalmente en trabajo de campo con estudios de caso sobre trayectorias empresariales, es decir que la fuente más importante de esta investigación son datos cualitativos.

La inserción empresarial asiática en España cuenta con más de un siglo de historia, la misma que la presencia de asiáticos en el país, pues desde un primer momento su asentamiento estuvo relacionado con actividades económicas de carácter empresarial. Estas actividades se encuadraban en marcos de referencia constituidos por redes sociales y económicas, así como por redes familiares que superaban las fronteras del Estado y alcanzaban no solo a sus países de origen sino también a otros nodos de sus diásporas repartidas por diferentes lugares del mundo. Las actividades empresariales asiáticas han tenido desde el primer momento un marcado carácter transnacional formando parte de redes globales.² A su vez, esto significa que sus actividades económicas contribuían de diferentes modos a la internacionalización de la economía española, entendida esta en un doble sentido, bien como inversión de capital extranjero en España (en manos de personas de origen asiático) o bien como inversión de capital nacional en el extranjero (realizado por personas de origen asiático). Del mismo modo, su especial contribución al sector del comercio exterior (importación-exportación) también incide como factor dinamizador de la internacionalización económica.³

Una de las hipótesis del proyecto de investigación inicial es la conclusión a la que llegaron Light, Min y Kim (2002) en su análisis sobre la relación entre transnacionalismo y exportaciones en Estados Unidos en referencia a las comunidades asiáticas y que se podría formular de la siguiente manera: conforme aumenta el volumen de la presencia asiática

en Estados Unidos, aumenta simultáneamente el volumen de las exportaciones de ese país hacia Asia. El motivo es que una parte significativa de las exportaciones son realizadas por personas de origen asiático que cuentan con la ventaja comparativa de ser biculturales y de conocer a fondo las economías y mercados de ambos mundos.

En cierto modo, los empresarios de origen asiático en España constituyen la vanguardia para la internacionalización de la economía española en relación con Asia, e incluso con otros lugares del mundo, tanto mediante sus inversiones en España (que no solo proceden de Asia) como desde España a otros destinos (no únicamente a Asia). Es necesario superar visiones estrechas del transnacionalismo todavía imbuidas de nacionalismo metodológico que se limitan a vincular origen y destino, un camino unidireccional en dos sentidos, frente a la pluridireccionalidad de los movimientos que fluyen habitualmente por las redes. Las redes globales vinculan múltiples localizaciones, no únicamente dos (Beltrán, 2003b, 2007a, 2008a; Beltrán y Sáiz, 2007a). De hecho, tanto origen como destino son conceptos que necesitan revisarse continuamente pues la historia de la movilidad acaba difuminándolos algunas veces.

Teniendo en cuenta que tanto la globalización como el transnacionalismo necesitan arraigos locales para su funcionamiento y operación, es imprescindible tener en consideración los ámbitos locales que vinculan las redes y las familias dispersas. Estos contextos locales varían en sus características socioeconómicas y políticas con el paso del tiempo, del mismo modo que evoluciona el tipo de estrategias de adaptación a los mismos. La posibilidad de la aparición del éxito y de la prosperidad del empresariado asiático depende directamente de su adaptación al medio, de su inserción en nichos o sectores económicos específicos con expectativas de viabilidad y de generar unos beneficios mínimos que compensen los esfuerzos realizados. El empresario se arriesga, innova y no siempre triunfa. El fracaso forma parte de la dinámica de la creación de empresas y se asume como una posibilidad más, que a veces se produce.

Apuntes teóricos

Para poder comprender e interpretar mejor las dinámicas generadas por los movimientos migratorios, además del transnacionalismo y del con-

cepto de diáspora que lo complementa (nuevos instrumentos heurísticos que nos ayudan a acercar la realidad de las personas que los experimentan), es necesario no olvidar ni la historia ni los contextos locales, pues las redes transnacionales y el espacio transnacional que crean no constituyen entes abstractos ni teóricos alejados de las prácticas cotidianas, sino que se encuentran directamente manifestadas en ellas. Frente a la idealización del transnacionalismo como un fenómeno que podría ser capaz de acabar con el poder y el control de los estados-nación, lo cierto es que la jerarquía de poder mundial basada en los estados-nación está muy lejos de desaparecer. Podemos constatar al mismo tiempo que las fronteras se superan y que sin duda existen.

Sin profundizar en el concepto de transnacionalismo, dado que no es nuestro objeto de estudio específico, tan solo nos gustaría mencionar que se ha producido un encendido debate teórico entre quienes afirman que es un término que apenas aporta nada nuevo a los estudios clásicos de las migraciones internacionales frente a los que desean instaurar un nuevo paradigma. Estas posiciones quedan bien representadas por Waldinger y Fitzgerald (2004) y Waldinger (2006, 2008), críticos con el concepto de transnacionalismo y Glick y Levitt (2006) que se defienden de la crítica remitiendo al trabajo original donde participó la primera autora (Glick *et al.*, 1995), una de las primeras impulsoras de este nuevo término, a quien siguió Portes (1997), Guarnizo (1999, 2003) y Vertovec (2003, 2004), entre otros.

La otra variable a la que tradicionalmente se recurre es la división por orígenes etnonacionales, ya que es la que se recoge en las estadísticas. Nuestro análisis de casos se centra en los grupos de procedencia asiática de mayor volumen de población en España con la excepción del origen de Filipinas, dado que su perfil empresarial es mínimo. De este modo abordaremos las características de los étnicamente chinos (incluidos además de a los procedentes de la República Popular, a los de Taiwan, Hong Kong y otros orígenes diversos), pakistaníes, indios, japoneses, coreanos y bangladeshíes. El criterio de origen étnico incluye a los nacionales de esos países, con toda la variabilidad existente, y a los naturalizados españoles de esos orígenes, el segmento de la población de origen asiático que más tiempo lleva asentado en el país, pues habitualmente para conseguir la nacionalidad se requiere un mínimo de diez años de residencia oficial. La dificultad para determinar su volumen total se complica por esta circunstancia, ya que el registro específico de la última categoría se acaba difuminando con el resto de la sociedad general.

La etnicidad y los recursos étnicos son muy importantes para el desarrollo de actividades económicas empresariales. En ocasiones constituyen un factor o variable independiente que ayuda a explicar diferentes comportamientos específicos. No obstante, hay otra serie de aspectos que resultan menos cultural y étnicamente determinados, son más transversales o comunes a distintos grupos étnicos y poseen una mayor capacidad explicativa. La estructura de los datos sobre la actividad empresarial que aquí presentamos seguirá una serie de criterios económicos (tipos de empresa, sectores de actividad) y sociales (familia, redes sociales) que dejan la etnicidad y la cultura en un segundo plano.

La etnicidad es una categoría compleja y no siempre bien interpretada, pues no todos los que comparten un mismo origen nacional comparten exactamente la misma cultura, ni pertenecen al mismo grupo étnico. Por ejemplo, en España los procedentes de China se diferencian entre el grupo mayoritario que está localizado originalmente en el sur de la provincia de Zhejiang (Qingtian y Wenzhou) y otros muchos orígenes entre los que destacan nuevos flujos del noreste de China, de la provincia de Fujian, que se suman a otro pequeños grupos procedentes de las provincias de Guangzhou y de Hong Kong, de Shanghai, Beijing y de otros lugares muy variados. En definitiva, no todos los chinos son iguales. Lo mismo se puede afirmar de India: el segmento mayoritario y dominante ha sido el sindhi hasta la llegada de un nuevo flujo del Punjab que en su mayoría son sikhs, junto a otro pequeño grupo de hindúes de orígenes muy variados. La llegada de sikhs está acabando con la hegemonía tradicional de los indios sindhis. Su origen, comportamiento y expectativas son muy diferentes dado que pertenecen a grupos con historias y dinámicas muy diferenciadas. Tampoco los indios son todos iguales. Y lo mismo podríamos decir de los demás.

La etnicidad, y su segmentación, también tienen que ser abordadas bajo las perspectivas de clase social, diferencias del mundo urbano y rural, diferencias de nivel educativo, etcétera, que introducen una mayor casuística de posibilidades y repercuten en realineamientos que superan la etnicidad. Los intereses y expectativas de la élite de mayor nivel de estudios de cada grupo, al margen de su etnicidad y cultura, les acercan más que les alejan, con el resultado de que se puede llegar a compartir más (en todos los sentidos) con alguien del mismo nivel de estudios y/o clase social que con los coétnicos de diferente formación y estatus socioeconómico. Por lo tanto la etnicidad, por sí misma, está limitada

como instrumento heurístico para el análisis de las actividades empresariales.

Los recursos étnicos son importantes en determinados casos y/o momentos de las trayectorias empresariales, pero no son capaces de explicar todo el abanico de posibilidades existentes. Los empresarios recurren estratégica y pragmáticamente, de acuerdo con sus intereses contextuales, a una gran diversidad de recursos, sin limitarse exclusivamente a los étnicos.

La categoría «empresariado asiático» utilizada en el título de este volumen nos remite a otro gran debate teórico que ha tenido lugar en torno a los conceptos de empresariado étnico y empresariado inmigrante o de origen inmigrante. La aproximación seguida en esta investigación ha sido la de empresariado étnico con todas las matizaciones antes argumentadas sobre los límites de la etnicidad. El calificativo de «asiático», aplicado para modificar la categoría de empresariado, señala que el objeto de estudio son personas procedentes o que tienen su origen en Asia. Evidentemente, Asia constituye a su vez una categoría difusa y pluribarcante que es necesario precisar. Para nosotros se trata de una realidad geográfica construida con límites difusos, que comienza en Pakistán y se extiende hasta Japón, dejando de lado el área regional conocida como «Oriente Medio» y «Próximo Oriente» que en su mayoría es arabófona con la excepción de Irán que es persa y de los países del Cáucaso. En nuestras investigaciones dejamos de lado esa parte de Asia por dos motivos: en primer lugar, por la incapacidad de abarcarlo todo; y en segundo lugar, porque ya existe una tradición establecida de estudios del mundo árabe y del islam que se suele ocupar de esa zona y que cuenta con muchos especialistas. Otro motivo es que las comunidades asiáticas con mayor volumen de población en España son las procedentes de Asia Oriental (China, Japón, Corea), sureste de Asia (Filipinas) y Asia Meridional (Pakistán, India, Bangladesh). El adjetivo «asiático» es una palabra genérica para incluir a los diferentes orígenes etnonacionales aquí abordados, con todas las peculiaridades y subdivisiones de cada uno de ellos.

La creación de negocios por parte de minorías étnicas procedentes de la inmigración ha fascinado durante décadas a los especialistas en estudios migratorios, especialmente en el campo de la antropología, la sociología y la economía. En el caso de los ciudadanos de origen asiático destaca, al margen de su volumen demográfico en destino, el peso de las iniciativas empresariales emprendidas y su relevancia económica. Algu-

nos de los estudios pioneros llegaron a conclusiones que incidían precisamente en la mayor propensión de algunas minorías a la creación de pequeños negocios como estrategia efectiva de movilidad social ascendente (Glazer y Moynihan, 1963).

Aunque la creación de negocios étnicos en las sociedades receptoras no es un fenómeno nuevo, a lo largo de las últimas décadas hemos asistido a un considerable incremento de la inversión de capital y del empresariado étnico en las economías desarrolladas donde se insertan. Los dos elementos mencionados —la diversidad o la diversa propensión según colectivos, así como el por qué de este aumento— se han transformado en las principales preguntas de trabajo de la investigación sobre economía étnica, que en los estudios migratorios ha experimentado, de forma paralela, un importante impulso desde principios de la década de 1990. Los determinantes de la inversión y las consecuencias económicas para aquellos grupos implicados suelen ser el objeto de estudio. La producción científica internacional ha indagado adicionalmente en los rasgos de esta inversión, así como en la distinta propensión a la creación de negocios entre diversos grupos y categorías utilizando una perspectiva comparada (Kloosterman, 2000; Rajjman y Tienda, 2000; Rath, 2000).

Las primeras aportaciones de interés al debate actual se realizaron en la década de 1970. El trabajo de Bonacich (1973) consolidó las teorías sobre las denominadas «minorías intermediarias», en donde se enfatizaba las dinámicas de los pequeños negocios como formas de incorporación a la sociedad receptora en el contexto de las preocupaciones más reiteradas de los estudios migratorios clásicos: los determinantes de la migración y los procesos de adaptación a las sociedades de acogida. La teoría de Bonacich, sin embargo, puso el énfasis en la perspectiva de la temporalidad del establecimiento como elemento articulador de una estrategia económica y política diferenciada que tenía efectos en los procesos de integración.

En la presente década Ivan Light (2004) sostiene, como explicación de los elevados niveles de autoempleo de los inmigrantes en relación con los miembros del grupo étnico nacidos ya en destino, que la economía étnica les permitía superar las ventajas y la exclusión, negociando los términos de su participación en el mercado laboral de la sociedad general desde una posición de fuerza. Los estudios comparados en Estados Unidos han mostrado la mayor propensión hacia el autoempleo y la creación de negocios de los asiáticos frente a los grupos proceden-

tes de la clase trabajadora autóctona, los afroamericanos y otras comunidades inmigrantes importantes, como los caribeños y latinoamericanos. La explicación aportada por varios especialistas se ha centrado en algunas variables, bien sean los distintos niveles educativos, la experiencia empresarial previa o los conocimientos lingüísticos, sin olvidar las relaciones transnacionales entre comunidades extendidas por todo el globo. A ello se añaden, indican otros investigadores, las condiciones estructurales, o la estructura de oportunidades, en destino que promocionan o impiden la integración laboral y la movilidad social (Waldinger, 1996).

Rath (2000) ha indicado, a modo de síntesis, que en la actualidad se puede hablar de dos grandes aproximaciones a la investigación sobre la economía étnica en los estudios migratorios. La aproximación «cultural», que se centra en la «vertiente de la oferta» del empresariado o en los recursos étnicos internos a la comunidad. Desde esta interpretación, los recursos étnicos incluyen aquellas características culturales y grupales que predisponen y orientan la actividad de los inmigrantes hacia la inversión en la sociedad de acogida y entre los que destacan la ética del trabajo, el deseo de logro personal o la solidaridad étnica y la dependencia de familiares y de personas de la misma etnia para obtener empleo y capital. La otra línea de indagación enfatiza las explicaciones «estructurales», centrándose en las fuerzas externas existentes en la sociedad receptora, así como en los impedimentos y las oportunidades. Su orientación se centra, por tanto, hacia la «vertiente de la demanda». La mayor parte de los estudios señalan, en esta aproximación, las desventajas del mercado de trabajo local como factor que empuja a los inmigrantes a adoptar nuevas formas de integración laboral que en muchos casos pasan por el autoempleo.

A finales de la década de 1990 surgió, sin embargo, la necesidad de superar esta división y combinar ambos enfoques. Esta nueva perspectiva más integral es a menudo denominada «modelo interactivo» (Rath, 2000), pero se conoce también por la etiqueta de «encajado social mixto», e incorpora explicaciones multicausales que combinan factores sociales, estructurales e individuales y condicionantes políticos e institucionales.

En los últimos años la agenda de investigación internacional sobre migraciones ha incorporado el tema del empresariado vinculado, especialmente, a los análisis sobre el transnacionalismo, un enfoque alternativo y

muy influyente tanto en Estados Unidos como en Europa. La «perspectiva transnacional», en lugar de centrar su atención en las preocupaciones más clásicas sobre los orígenes de los migrantes y sus procesos de adaptación a las sociedades receptoras, se ha detenido en el mantenimiento e intensidad de las relaciones de las comunidades establecidas con sus sociedades de origen y en la creación de vínculos que superan fronteras nacionales y crean campos sociales complejos. Una de las múltiples dimensiones de estas relaciones transnacionales son las prácticas económicas que dibujan nuevas trayectorias de movilidad social a partir de redes sociales y en donde los empresarios étnicos son principalmente empresarios transnacionales (Portes *et al.*, 2002; Portes y de Wind, 2004).

A modo de resumen podemos afirmar que la tradición del uso de «empresariado étnico» procede de Estados Unidos, y en cambio «empresariado inmigrante» se aplica a Europa del Norte. La crítica habitual es que la actividad empresarial es común a todo el mundo sea cual sea el origen étnico, tratando de superar las visiones excesivamente culturalistas del fenómeno. No obstante, el hecho de ser inmigrante sí que enfrenta a las personas así calificadas a una serie de limitaciones estructurales comunes que van más allá de sus orígenes. Por lo tanto, el calificativo de inmigrante aparentemente es más adecuado que el de étnico. Entonces, ¿por qué hemos optado por utilizar «empresariado étnico» en vez de «empresariado inmigrante»? Entre las razones, argumentadas ya en otro lugar (Beltrán, Oso y Ribas, 2006) encontramos que muchos empresarios procedentes de diferentes países de Asia han dejado de ser inmigrantes en sentido estricto porque han obtenido la nacionalidad española, lo cual no significa que abandonen su mundo referencial étnico en el cual se han socializado, con todos los cambios y adaptaciones que han experimentado en el proceso de su inserción en la sociedad y economía españolas.

En España el debate también ha encontrado participantes como las aportaciones de Lurbe (2008) y Cavalcanti (2008), críticas con el uso del sustantivo «étnico», bien por su aplicación a minorías transnacionales o a negocios, respectivamente. Herranz (2006) revisa teóricamente el concepto de empresariado inmigrante como modo de incorporación a la economía y su aplicación al caso de España. El uso de la categoría «negocio étnico» ha dado lugar a varias investigaciones como la de Cebrián y Bodega (2002), Solé y Parella (2005), Serra (2006) y Checa y Arjona (2006), entre otras. El problema de esta categoría es que se presupone y se tiende a identificar el negocio étnico con la mercancía o servicio que se oferta

(de origen étnico, es decir, propia y característica de quien la vende) o con la clientela predominante (que se presupone coétnica). Esta presunción deja de lado a todos los negocios o empresas que aun siendo de propiedad de personas de un origen diferente a la población autóctona mayoritaria, su actividad no está necesariamente orientada a sus coétnicos, como es el caso de la mayor parte de las empresas propiedad de asiáticos en España. Esta perspectiva muy habitual, la de reducir la actividad empresarial de las personas de origen inmigrante a lo estrictamente «étnico» (servicios, mercancías y clientela) es muy reduccionista, sesgada y resulta poco operativa.

Finalmente, la última categoría que nos queda por analizar es la de empresario, empresariado y emprendedor. La perspectiva dominante en las ciencias económicas considera que una empresa es solo, o especialmente, aquella que cuenta con una gran capitalización, dispone de un número considerable de asalariados y se caracteriza por sus actividades económicas innovadoras. La definición mínima de empresario es la de cualquier tipo de actividad económica no asalariada, donde quien la ejecuta es el propietario o dispone de los medios de producción (materiales o inmateriales como el conocimiento), que pone en juego tomando decisiones y arriesgándose con el objetivo de obtener beneficios. Se puede ser empresario sin necesariamente innovar, acción más comúnmente relacionada con el emprendedor. De todos modos, la innovación no es un requisito *sine qua non* para constituir una empresa. Existe una perspectiva económica muy elitista que menosprecia y minusvalora a la pequeña empresa familiar y a los profesionales autónomos e independientes.

Para empezar y dado que el objetivo es el análisis del empresariado asiático, se han estructurado los datos de los estudios de caso recogidos durante el trabajo de campo en torno a dos criterios fundamentales: 1) actividad económica (sectores, subsectores) y 2) tipo de empresa (empresa familiar —pequeña y mediana—, profesionales y filiales de empresas transnacionales con la casa matriz en países de Asia. Los asiáticos se han insertado en casi todos los sectores económicos. El sector servicios es el más visible, incluyendo el comercio (al por menor, al por mayor, importación-exportación), la restauración (restaurantes de comida especializados étnicamente y traspaso de bares y cafeterías nativos), servicios personales y de comunicación (locutorios, peluquerías, academias privadas, agencias de viaje, reparación, etc.), entre otras actividades. También están presentes en la construcción como empresarios y en la in-

versión inmobiliaria; y finalmente en la industria, bien las filiales de las empresas transnacionales en sectores como el automovilístico, la electrónica, etc., o bien pequeñas empresas familiares como los talleres de confección.

En la actividad empresarial asiática en España cabe, para empezar, distinguir un primer grupo compuesto por las grandes empresas transnacionales de Japón, Corea del Sur, alguna de Taiwan y más recientemente la llegada de capital de China e India. Este ámbito (sobre todo las empresas japonesas) ha sido abordado en diferentes trabajos durante la década de 1990 y aunque todavía continúa siendo importante su presencia, desde hace años su crecimiento se ha estancado a pesar de la entrada de nuevos actores. De hecho, a menudo se tiende a limitar el estudio de la actividad e inversiones económicas asiáticas en España exclusivamente a las multinacionales, entre otras cosas porque son las que movilizan un mayor capital inicial y las que han creado más puestos de trabajo directo en poco tiempo. En este estudio dedicaremos un espacio al análisis de las peculiaridades de las grandes empresas transnacionales de origen asiático, pero hemos centrado el esfuerzo de la investigación en el otro grupo menos conocido y que ha suscitado menos interés e investigaciones hasta la actualidad, a pesar de constituir en su conjunto un importante activo para el crecimiento de la economía nacional. Se trata de la pequeña y mediana empresa familiar.

Consideraciones metodológicas

La investigación aquí presentada se ha llevado a cabo durante tres años en tres comunidades autónomas. En primer lugar se han recopilado diversas fuentes secundarias, desde estadísticas oficiales de permisos de residencia a extranjeros y padrones locales, pasando por los datos de los afiliados extranjeros en la Seguridad Social, hasta datos más fragmentarios, parciales e incompletos sobre actividad económica empresarial procedentes del Ministerio de Economía, Casa Asia, o de diferentes oficinas consulares. Otro tipo de fuentes secundarias son los estudios y análisis publicados que hacen referencia al fenómeno aquí abordado. Internacionalmente existe una extensa producción bibliográfica sobre empresariado étnico y transnacionalismo relacionados con asiáticos, pero en el caso

español apenas encontramos nada. Finalmente, la recopilación y análisis de las noticias de prensa también constituyen otra fuente secundaria.

Una vez determinada la presencia asiática sobre el territorio y sus actividades empresariales, se elaboraron diferentes tipologías que trataban de organizar y recoger toda la casuística económica encontrada que debía incluir a los diferentes sectores económicos (servicios, industria, construcción), diferentes tipos de empresa (multinacionales, pequeña y mediana empresa familiar, profesionales independientes) y dentro del sector servicios a diversos segmentos (comercio al por mayor, comercio al por menor, importación/exportación, servicios personales, restauración y hostelería, entre otros). Una primera clasificación fue la división entre las dimensiones analíticas *estructurales* (edificios, equipamiento, capital inicial, antigüedad, etc.), *proceso de trabajo* (tipo de producto, proceso de producción y valoración) y *organización del trabajo* (compra-venta de fuerza de trabajo, trabajo familiar, trabajo informal o no regulado). Otra tipología centrada en la trayectoria empresarial ponía énfasis en las distintas fases de la misma: instauración, consolidación y expansión. Finalmente se le sumó la variable del transnacionalismo que puede estar presente, o no, en las distintas fases y procesos económicos, a la cual también se superponen las vinculaciones familiares en cada una de las fases del proceso.

El siguiente paso ha sido la realización del trabajo de campo basado en la metodología cualitativa utilizando las técnicas de la observación participante y la entrevista en profundidad. La primera se basa en comparar el espacio y el tiempo con los informantes, es decir, horas de paseo por las zonas donde se localizan los negocios asiáticos y conversación informal con sus titulares. Las entrevistas en profundidad se han centrado fundamentalmente en la reconstrucción de trayectorias empresariales y en el funcionamiento y operación de las empresas, contemplando variables como la toma de decisiones, obtención del capital inicial, contratación de mano de obra, evolución de la actividad económica, inversiones posteriores, diversificación, etcétera.

En cada una de las comunidades autónomas donde se ha realizado el trabajo de campo el proceso seguido ha sido similar. Presentamos, a continuación y en detalle, el trabajo de campo en Canarias como caso tipo porque cuenta con una serie de peculiaridades dignas de ser conocidas en el resto de la península.⁴

Para la realización del diagnóstico sobre las características, dimen-

siones, composición y localización de las comunidades asiáticas seleccionadas en el archipiélago canario se han empleado diversas fuentes. El objetivo era presentar un perfil sociodemográfico de dichos colectivos en la región que incluyera las pautas de establecimiento residencial. Además de los datos proporcionados por la Secretaría de Estado de Inmigración del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en sus *Anuarios estadísticos de extranjería* y *Anuarios estadísticos de inmigración* —como se denominan desde 2004—, y en los *Boletines estadísticos de extranjería e inmigración*, se han utilizado las revisiones anuales de los padrones municipales, explotados y publicados por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), que han permitido obtener datos con mayor nivel de desagregación. Resultaba especialmente importante, debido a las características del archipiélago, poder emplear cifras desagregadas no solo a escala provincial, sino también por islas. Con el fin de enmarcar las dinámicas y los cambios observados en estas comunidades a lo largo de la última década, se han presentado datos desde mediados de los noventa. En el caso de los padrones municipales desde 2001.

Además se solicitaron explotaciones del padrón municipal de habitantes de las dos capitales de provincia. Los departamentos de Estadística de los ayuntamientos de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria nos proporcionaron datos específicos desagregados por nacionalidad y distritos —y barrios— de residencia que permiten trazar las primeras pautas de localización residencial de los asiáticos en estas dos ciudades capitales. Esta localización permitió, junto con el diagnóstico por islas y el trabajo de reconocimiento territorial, mejorar el diseño del trabajo de campo. También se solicitaron datos específicos procedentes de las actualizaciones del padrón en algunos ayuntamientos de la isla de Tenerife, especialmente de municipios de la comarca suroeste y del valle de la Orotava.

También se han obtenido algunos datos sobre el empleo y las actividades empresariales y comerciales de estos nacionales establecidos en Canarias. Además de los datos generales ofrecidos por la Tesorería General de la Seguridad Social para el caso nacional, se han empleado datos específicos desagregados a escala regional, así como producidos en esta comunidad autónoma. En primer lugar se utilizaron los datos del Observatorio Canario del Empleo y la Formación Profesional (Obecan) de la Consejería de Empleo y Asuntos Sociales del Gobierno de Canarias y su base de datos de contratación a extranjeros. Asimismo se solicitó una explotación específica a la Tesorería General de la Seguridad Social

sobre trabajadores autónomos procedentes de los países asiáticos seleccionados en este estudio.

Los registros sobre la actividad económica de estas comunidades son escasos y adolecen de problemas de cobertura y regularidad. En primer lugar, los directorios de las Cámaras de Comercio de Santa Cruz de Tenerife y de Las Palmas de Gran Canaria no incorporan en los registros la variable nacionalidad, de tal manera que no se pudieron solicitar explotaciones específicas de empresas propiedad de nacionales de países asiáticos instaladas en el archipiélago. Esta misma situación se ha producido en el caso de algunas de las agencias económicas de los cabildos, como las sociedades de desarrollo. La incorporación de dicha variable en este tipo de registros podría mejorar extraordinariamente el conocimiento de las actividades empresariales de los ciudadanos extranjeros en esta región española. Además no existen asociaciones empresariales formales de ciudadanos chinos, indios o coreanos aunque, como veremos, las asociaciones de otra naturaleza son espacios de encuentro para el intercambio de experiencias y de acuerdos económicos muy vinculados a la actividad comercial. También se solicitó una explotación de la base de datos de la oficina de la ZEC (Zona Especial Canaria. Ministerio de Economía y Comunidad Autónoma de Canarias) aunque la especificidad de las empresas que se pueden adscribir a las ayudas de la ZEC, así como la falta de registros específicos por nacionalidad, limitan también enormemente la utilidad de esta fuente.

Los objetivos del proyecto han exigido el empleo de otro tipo de fuentes y de técnicas. La historia del establecimiento de estas comunidades en el archipiélago se ha reconstruido a partir de la información oral procedente de informantes destacados de las comunidades, de estudios históricos realizados en el archipiélago, así como de noticias de prensa de periódicos de finales del siglo XIX y principios del XX. En el caso de los estudios históricos, el tamaño de la comunidad procedente de India, la más antigua, se ha determinado a través, especialmente, de la explotación de los informes de los archivos consulares británicos en el archipiélago. Esta fuente ha ofrecido información, como veremos, no solo sobre el tamaño de la comunidad, sino sobre su localización y sus actividades comerciales, especialmente, la importación y exportación de productos.

Con el fin de completar este diagnóstico se ha realizado una revisión de las noticias de prensa sobre las actividades empresariales de estas comunidades aparecidas en los periódicos de mayor tirada —y más

leídos— de las islas de Tenerife y Gran Canaria desde el inicio del proyecto (*El Día y Diario de Avisos; La Provincia y Canarias 7*). En el informe final solo se ha incorporado la información de prensa más relevante sobre su actividad comercial, sin destacar otros aspectos de interés como prácticas culturales y religiosas, fiestas o vínculos con instituciones canarias.

El trabajo de campo se inició con el reconocimiento territorial de las ciudades capitalinas y de algunos de los municipios turísticos más importantes de las islas, con el fin de localizar las arterias y zonas comerciales donde se concentraban las empresas y los comercios de las comunidades asiáticas. Así se realizó una primera «cartografía» muy básica de los principales «núcleos comerciales» que debían visitarse. En la isla de Tenerife se realizó el trabajo de campo en la capital, Santa Cruz y la ciudad de La Laguna (comarca metropolitana), así como en los municipios de El Puerto de la Cruz (comarca del valle de la Orotava), Arona y Adeje (comarca suroeste). En la isla de Gran Canaria, en las ciudades de Las Palmas, San Bartolomé de Tirajana y Mogán. También se visitaron las islas de Lanzarote, Fuerteventura y La Palma, aunque en estas el tamaño de las comunidades asiáticas es mucho menor. El reconocimiento territorial se acompañó del análisis de los datos padronales para localizar núcleos de establecimiento de poblaciones y de negocios. En el caso de estas últimas, los lugares elegidos fueron Arrecife, Tías y Teguiise en Lanzarote y el municipio de La Oliva en Fuerteventura.

Gran parte de la investigación se ha basado en la aplicación de técnicas estadísticas etnográficas que terminaron por centrarse fundamentalmente en la comunidad india, o de origen indio, y en los comerciantes *sindhis*, que conforman una de las escasas comunidades históricas asiáticas con presencia en nuestro país y cuya instalación en el archipiélago se remonta a finales del siglo XIX. La peculiaridad y el carácter singular de esta comunidad en el conjunto nacional, así como la intensidad de su actividad empresarial y de sus prácticas transnacionales concentraron gran parte de la indagación. La observación participante se acompañó de entrevistas en profundidad a miembros de esta comunidad a partir de un guión común diseñado para el conjunto del proyecto. Además de explorar el proceso migratorio, la información recogida se ha centrado en diversos aspectos: a) la reconstrucción de la historia de la presencia en el archipiélago y el calendario del establecimiento, b) el análisis de la actividad empresarial, c) la exploración de las pautas y prácticas económicas

transnacionales y d) los vínculos entre los factores que refuerzan las actividades transnacionales y las estrategias de negocio. También se exploraron los vínculos de la comunidad con la sociedad y las instituciones de la sociedad de acogida, así como con miembros de la misma comunidad residentes en otros países del mundo. Este guión general se adaptó a los diversos perfiles indagados. La mayor parte de las entrevistas se realizaron en Tenerife a partir de contactos personales y del apoyo de algunos informantes cualificados.

La muestra ha incorporado las variables género y edad, así como el tipo de actividad económica realizada diferenciando entre propietarios de negocios, trabajadores por cuenta ajena y profesionales. El objetivo del diseño de esta muestra se ha basado en el deseo de indagar las continuidades y los cambios en las estrategias de inversión y de negocio, así como en el tipo de actividad económica, a partir de la consideración de factores macroestructurales —dinámica económica y régimen económico del archipiélago— así como de los factores vinculados a los cambios observados en el seno de la propia comunidad, por ejemplo diferencias entre primeras y segundas, o subsiguientes, generaciones. Además se realizó una serie de entrevistas a informantes cualificados que han incluido tanto a responsables y miembros de las juntas directivas de las asociaciones culturales y religiosas —los denominados clubes indostánicos— como a representantes consulares, empresarios de reconocido prestigio, etc. Con el fin de explorar las transformaciones generales en la estrategia empresarial y de empleo se ha entrevistado también a jóvenes profesionales. El trabajo de campo se realizó durante dos años y ha contado con el apoyo de algunos miembros de la comunidad que se han convertido en informadores clave y que permitieron la contactación con otros *sindhis* residentes. También se empleó la técnica de la bola de nieve. La mayor parte de las entrevistas se realizó en los negocios y en las residencias de los entrevistados.

Estructura del libro

Si la localización, el lugar donde se han establecido, cuenta con su propia historia que nos remite, en cuanto a su mayor volumen empresarial, a tres comunidades autónomas que destacan sobre la media, a saber: Ma-

drid, Cataluña y Canarias, con el paso del tiempo se observa que la dispersión y la presencia en otros puntos de la geografía española cada vez son más importantes. El mayor volumen de población de origen asiático va paralelo al aumento de su actividad empresarial y de su dispersión por el territorio. Dependiendo del tipo de actividad económica, también se observan concentraciones puntuales de negocios que suelen llamar la atención pública.

El libro se divide en dos partes; la primera presenta las características generales de la presencia asiática en España, y en concreto en las comunidades autónomas de Canarias, Madrid y Cataluña. Se contemplan datos sociodemográficos básicos y una pequeña historia de su evolución. La segunda parte desarrolla el núcleo básico de la investigación, dividida también por comunidades autónomas. Para cada una de ellas encontramos primero unos datos básicos de su actividad económica y de la localización de sus empresas y a continuación el trabajo de campo específico.

El orden de la presentación se organiza de acuerdo con la lógica siguiente. Canarias aparece en primer lugar. La evolución de la localización empresarial asiática en el archipiélago está minuciosamente documentada y el trabajo de campo se centra fundamentalmente en el caso sindhi de la comunidad india que ciertamente merecía una puesta al día después del trabajo pionero de Murcia (1974). La comunidad de Madrid viene a continuación y en este caso el trabajo de campo incluye a miembros de más comunidades asiáticas. Los informantes chinos son básicamente taiwaneses, circunstancia que hay que tener en cuenta a la hora de interpretar los comentarios y análisis. En Madrid la exposición del trabajo de campo utiliza doce casos-tipo o modelo que reflejan de algún modo la variedad de los estudios de caso realizados. La última parte corresponde a Cataluña donde además de profundizar y recoger todas las variables del análisis ofrecidas en las otras comunidades autónomas, se va más allá introduciendo nuevas perspectivas clave que no fueron abordadas en las otras con detalle, como la familia y las redes sociales dentro del mundo de la empresa, aportando así una nueva tipología de primeras empresas, empresas familiares y expansión de primeras empresas. Las comunidades asiáticas tratadas son la china, la pakistaní, la india (sindhi, sikh) y la japonesa. La muestra de Cataluña recoge cincuenta empresas, treinta y dos de las cuales se han estudiado en profundidad.

El estudio ofrece la historia y funcionamiento de las empresas de

origen asiático en el Estado español a partir de las narrativas de sus protagonistas, por lo que las citas textuales son abundantes en la segunda parte de este trabajo. El acceso a las biografías familiares y las trayectorias empresariales nos ha permitido entender la lógica empresarial de los y las empresarios/as aquí estudiados. Para garantizar su anonimato y confidencialidad utilizamos nombres ficticios, como es habitual en los estudios científico-sociales.

Por último, después de haber reconstruido las trayectorias empresariales y las características del empresariado asiático que van en un orden creciente de complejidad analítica, desde el caso casi único de Canarias, pasando por un aumento de la variedad en Madrid, hasta la propuesta de una nueva tipología sobre el empresariado que desentraña la interpenetración de los capitales económico, social, humano, cultural y simbólico, para llegar al fondo del funcionamiento y de las estrategias puestas en juego en las actividades empresariales asiáticas en Cataluña, aportamos una serie de conclusiones, al igual que en el resto de los capítulos de esta parte.

Las últimas reflexiones que aparecen en este libro tienen como objetivo llamar la atención sobre algunos aspectos en los que se puede trabajar desde distintos ámbitos institucionales públicos y privados para la promoción de la internacionalización de la economía española en relación con el empresariado de origen asiático.

Finalmente, esta obra supone un avance en el conocimiento de la presencia asiática en España y sus vinculaciones transnacionales, además de destacar la importancia de la movilidad y flexibilidad en esta época de la globalización, y constituye un paso más que se suma a publicaciones anteriores de los miembros de RICAE, pero no el último ni el definitivo, pues todavía quedan muchas más cosas por abordar que en este espacio no tienen cabida, a pesar de haber sido minuciosamente registradas. Esperamos seguir contribuyendo en el futuro a los estudios sobre asiáticos en España.

PRIMERA PARTE
PRESENCIA ASIÁTICA EN ESPAÑA

1. Población asiática en España

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

Antes de entrar en detalle en las actividades empresariales asiáticas en las comunidades autónomas de Madrid, Cataluña y Canarias ofrecemos una introducción a todo el Estado español sobre su distribución residencial en la actualidad. De acuerdo con los datos de permisos de residencia de extranjeros a 31 de diciembre de 2007, la comunidad china, con 119.859 residentes, representa por sí sola la mitad de todos los asiáticos. Le sigue Pakistán y Filipinas con más de 25.000 residentes cada una de ellas e India con 20.776. Bangladesh, Japón y Corea se mueven entre los 2.000 y los 6.500 residentes; y finalmente Tailandia, Indonesia, Nepal, Kazajstán y Taiwan están entre 360 y 950.

Las comunidades más masculinizadas son las de Pakistán, Bangladesh, con menos de un cuarto del total de su población de mujeres y Nepal (28%), seguidas por India (35%), Indonesia (37%) y China (45%) y se observa que con el paso del tiempo su equilibrio por sexos es cada vez mayor. Para el resto predominan las mujeres sobre los hombres, sobresaliendo Tailandia (77% de mujeres) y a continuación Kazajstán, Taiwan, Filipinas y Japón, todas ellas entre el 57% y el 61% de mujeres con respecto al total de su población. Corea también cuenta con una proporción de mujeres (52%) superior a la de hombres.

En cuanto a la estructura de edad, en general se caracteriza por tener una población joven con pocos mayores de 65 años mientras que los menores de 16 representan una proporción bastante elevada para el caso de China y Bangladesh (ambas con aproximadamente el 20% en ese segmento de edad), seguidas por India (15,6%), Pakistán (14,9%), Corea (14,2%), Filipinas (13,2%) y Kazajstán (10,9%) que superan el 10% de sus residentes en esta edad. Por su parte Japón (8,2%), Nepal

CUADRO 1
Residentes asiáticos en España, por sexo, edad y lugar de nacimiento
(a 31 de diciembre de 2007)

	Total	Mujeres	0-15	16-64	Más de 65	Nacidos España	(1)	(2)
Asia	238.770	41,9	40.800	193.116	4.854	23.970	1.405	1.491
China	119.859	45,5	23.820	94.016	2.023	14.860	174	358
Pakistán	36.384	17,6	5.438	30.801	145	1.847	48	40
Filipinas	25.051	57,6	3.320	20.983	748	2.777	15	27
India	20.776	35,3	3.253	16.884	639	1.913	399	229
Bangladesh	6.544	23,2	1.308	5.219	17	562	12	6
Japón	4.254	57,6	350	3.637	267	212	12	45
Corea	2.264	52,7	321	1.853	90	327	11	7
Tailandia	946	77,4	50	889	7	12	3	—
Indonesia	784	37,2	26	749	9	15	3	6
Nepal	447	28,6	30	415	2	11	—	—
Kazajstán	401	61,6	44	351	6	8	8	27
Taiwan	360	58,6	21	301	38	26	16	7

(1) Nacidos en otro país del mismo continente. (2) Nacidos en otro continente.
 FUENTE: Observatorio Permanente de la Inmigración.

(6,7%), Taiwan (5,8%) y Tailandia (5,2%) son las que menos jóvenes tienen.

Otro hecho destacable es el volumen de residentes asiáticos que han nacido en España. Tres comunidades superan el 10% del total de sus residentes: Corea, China y Filipinas; tres más se acercan a esa proporción: India y Bangladesh, seguidas por Taiwan (7,2%). Por otra parte, el porcentaje de nacidos en otros países diferentes a España y a su país de nacionalidad, lo que podría indicar una migración previa o reemigración, es especialmente destacable en el caso de Kazajstán (8,7%), Taiwan (6,4%) e India (3%), seguidas por Japón con un 1,3% y Corea con un 0,8% y a más distancia se encuentra China (0,4%), Bangladesh y Pakistán (ambas con el 0,2%)

Los casos de India y Taiwan coinciden con guerras civiles que dividieron el país en 1947 y 1949 respectivamente, lo cual de algún modo incide en la circunstancia de personas nacidas fuera de sus países pero en el mismo continente o en otros. También se trata de dos de las comuni-

CUADRO 2
*Permisos de residencia a extranjeros a 31 de diciembre de 2007 y
 empadronados a 1 de enero de 2008*

	Total residentes extranjeros	Padrón por lugar de nacimiento	Nacionalidad extranjera	Hombres	Mujeres	Nacionalidad española	Hombres	Mujeres
Asia total	238.770		238.761					
China	119.859	125.301	110.992	61.616	49.376	14.309	2.202	12.107
Pakistán	36.384	47.422	45.676	40.194	5.482	1.746	1.351	395
Filipinas	25.051	32.161	21.707	8.816	12.891	10.454	3.428	7.026
India	20.776	28.367	24.328	17.780	6.548	4.039	2.107	1.932
Bangladesh	6.544	7.833	7.416					
Japón	4.254	4.832	4.839					
Corea	2.264	2.741	2.613					

FUENTE: Observatorio Permanente de la Inmigración.
 Avance del Padrón a 1 de enero de 2008. INE.

dades asiáticas con una presencia más temprana en España, ya que data de la década de 1950, o de antes. En el caso indio se sabe de algunos residentes que han llegado a España procedentes de países de África y de Asia. Esta circunstancia es reseñable para rastrear la relación entre las actividades económicas de los asiáticos en España y el transnacionalismo, o los contactos y vínculos que se mantienen con los diferentes nodos y/o localizaciones de sus diásporas.

La diferencia entre permisos de residencia de extranjeros y empadronados es relativamente pequeña. Antes de comentar los casos sobre los que existen datos publicados con mayor detalle, es necesario llamar la atención del fenómeno de la naturalización o nacionalización de extranjeros. La obtención de la nacionalidad española exige como requisito una residencia oficial y demostrada de diez años para poder obtenerla. La excepción en el caso asiático es Filipinas, que por ser una antigua colonia requiere un período de tiempo menor. Otras posibilidades de acortar el plazo son el matrimonio con un nacional o haber nacido en España y solicitar la nacionalidad española, ambas circunstancias con una incidencia pequeña con respecto al conjunto de los nacionalizados. Por lo tanto, el modo

regular y habitual de obtención de la nacionalidad es la residencia mínima de diez años, lo que afecta sobre todo a chinos, indios y pakistaníes.

Para el caso chino es destacable el fenómeno de la adopción internacional que comenzó el año 1997. Esto ha supuesto la entrada en España de aproximadamente 10.000 niños chinos desde entonces. La mayor parte son niñas, como se observa en la gran desigualdad entre nacidos en China con nacionalidad española: 12.107 mujeres y 2.202 hombres. Según el Ministerio de Justicia, encargado del procedimiento administrativo para la obtención de la nacionalidad de los extranjeros, los ciudadanos de origen chino que la han obtenido en los últimos veinticinco años son aproximadamente 4.000. El caso de India también se explica en su mayoría por su larga estancia en España, con un gran equilibrio entre hombres y mujeres. Los nacionalizados de Pakistán suman, a los que cuentan con una estancia de diez años, los que se han casado con mujeres españolas, fenómeno destacable en el colectivo. Y finalmente Filipinas es el segundo origen asiático con más nacionalizados por varios motivos, en primer lugar porque el período temporal requerido es menor y, en segundo, porque su estancia en España también es larga, doblando en nacionalizaciones las mujeres a los hombres.

En general los nacionalizados forman parte de la élite económica de los de su mismo origen étnico pues coinciden con los que más años llevan en el país y han tenido más tiempo para acumular capital por medio de su ahorro, y otras estrategias, y para poner en marcha empresas y tener éxito con las mismas. Este segmento de la población de origen asiático pasa desapercibido en las estadísticas, por lo que la precisión de su volumen resulta compleja. No obstante, es imprescindible tenerlos en cuenta a la hora de analizar el empresariado.

Dentro del régimen general destacan con diferencia en trabajo por cuenta propia los chinos y coreanos. En cuanto a residencia permanente los más sobresalientes, superando el 50%, son Taiwan, Corea y Japón, y por debajo se encuentra India, Pakistán y Corea, siendo Bangladesh quien tiene la proporción más baja, lo que confirma su llegada más reciente. Finalmente en el régimen comunitario, que afecta fundamentalmente a los casados con algún comunitario o descendientes de los mismos, el origen con una proporción más elevada es el japonés, que llega hasta la tercera parte de sus efectivos. Taiwan cuenta con una cuarta parte y Corea y Filipinas superan el 10%. Por otra parte, China y Bangladesh son los grupos con menos comunitarios en sus filas.

CUADRO 3

Trabajadores de origen asiático afiliados a la Seguridad Social por régimen de afiliación y procedencia a 31 de diciembre de 2007

	Régimen general							Régimen comunitario		
	Total	Trabajo	Trabajo	Residencia			Residencia permanente	%	Total	%
		cuenta ajena	cuenta propia	%	no lucrativa	Residencia permanente				
Asia	238.770	65.871	3.100	1,4	48.105	107.838	47,9	13.856	5,8	
China	119.859	31.468	2.389	2,0	28.747	55.089	46,8	2.166	1,8	
Pakistán	36.384	11.667	171	0,5	6.405	16.632	47,7	1.509	4,1	
Filipinas	25.051	6.959	7	0,03	2.301	13.136	58,6	2.648	10,6	
India	20.776	5.710	157	0,8	3.841	9.245	48,8	1.823	8,8	
Bangladesh	6.544	1.884	48	0,7	1.787	2.665	41,7	160	2,4	
Japón	4.254	672	15	0,5	620	1.526	53,9	1.421	33,4	
Corea	2.264	209	37	1,9	362	1.364	69,2	292	12,9	
Taiwan	360	31	1	0,4	40	195	73,0	93	25,8	

FUENTE: Observatorio Permanente de la Inmigración.

Distribución por comunidades autónomas

Una vez presentados los rasgos generales de la estructura actual de la población por sexo, edad, lugar de nacimiento y tipo de residencia, es necesario conocer las características de la distribución de su asentamiento en la geografía española. Por comunidades autónomas Cataluña con 91.408 residentes asiáticos (38,3% del total) sobresale como el primer lugar de su asentamiento, seguido por Madrid con 47.760 (21,4%), es decir, entre Cataluña y Madrid reúnen al 58,7% de todos los asiáticos con permiso de residencia en España. Las siguientes comunidades autónomas por volumen de residentes asiáticos son la comunidad valenciana, Andalucía y Canarias que oscilan entre 15.000 y 22.000 y en su conjunto representan el 24,4% del total de los asiáticos.

Además de esta especial concentración en Cataluña y Madrid para el conjunto asiático, cada colectivo específico tiene sus propias peculiaridades de asentamiento. Los más concentrados en estas dos únicas co-

munidades autónomas son los de Bangladesh (85,2%), Filipinas (75,5%), Japón (67,3%) y Pakistán (62,9%). Pakistán y Bangladesh son los únicos colectivos que concentran a más de la mitad de sus efectivos en una única comunidad autónoma: Cataluña. Por su parte, Canarias es especialmente importante para el asentamiento de los colectivos de Corea (35,4%) y de India (21,6%), incluso aunque se aprecia una ligera pérdida del volumen de su presencia en el archipiélago con el paso del tiempo: en 1995 tenía al 42,7% de los coreanos y al 49,8% de los indios, por ejemplo.

India ha aumentado durante los últimos años su peso relativo en Cataluña superando a Japón; y Bangladesh en Madrid superando a Taiwan, comparado con la situación del año 2002. Por ejemplo, India ha pa-

CUADRO 4
Residentes asiáticos por comunidades autónomas a 31 de diciembre de 2007

	Asia	China	Pakistán	Filipinas	India	Bangladesh	Japón	Corea	Taiwan
Total	238.770	119.859	36.384	25.051	20.776	6.544	4.254	2.264	360
Cataluña	91.408	38.301	21.786	9.498	9.910	3.563	1.617	434	108
Madrid	47.760	28.318	1.092	9.425	1.154	2.010	1.245	450	105
C. Valenciana	22.737	11.835	3.932	395	1.506	143	185	70	32
Andalucía	20.393	10.951	2.359	1.769	1.308	259	407	38	25
Canarias	15.160	6.961	192	1.540	4.480	121	118	802	20
Baleares	7.025	3.967	257	1.223	818	177	69	9	4
País Vasco	5.134	3.054	904	497	64	27	74	55	6
Aragón	5.086	3.720	831	35	56	27	18	24	5
Castilla y León	4.926	2.901	906	128	237	44	101	78	24
Castilla-									
La Mancha	4.204	2.473	644	77	246	43	49	27	5
Rioja	4.023	351	2.922	17	59	3	1	—	2
Murcia	3.674	2.308	174	72	633	48	32	41	—
Galicia	2.483	1.629	90	66	75	36	41	29	3
Asturias	1.334	930	77	77	20	18	25	4	—
Extremadura	972	764	31	11	43	—	6	16	—
Cantabria	857	547	37	91	35	11	15	21	—
Navarra	842	499	107	38	38	4	46	2	7
Ceuta	162	80	8	—	57	2	—	1	—
Melilla	92	56	—	1	14	1	—	—	—
No consta	498	214	35	91	23	7	8	2	1

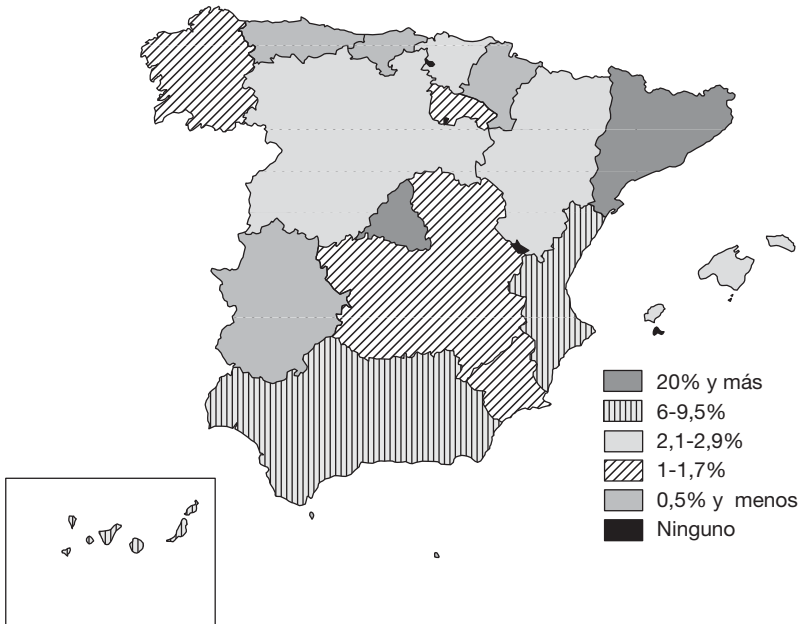
FUENTE: Observatorio Permanente de la Inmigración.

sado de tener al 35,8% de sus efectivos en Cataluña en 2002 al 47,7% en 2007, y Bangladesh ha subido del 28,3% al 30,7% para las mismas fechas en Madrid. Simultáneamente, Pakistán y Bangladesh han redistribuido ligeramente su asentamiento dejando de estar tan concentradas en Cataluña, bajando del 68,2% y 61,6% en 2002 al 59,9% y 54,4% respectivamente en 2007.

China ha avanzado posiciones en la comunidad valenciana y en Andalucía, y también es significativo el avance de Corea en Madrid, que pasa del 17,4% en 2002 al 19,9% en 2007. Esta redistribución del asentamiento coreano coincide, en parte, con el caso de India, pues tanto Corea como India han perdido peso en su tradicional concentración en Canarias bajando del 42% y 34,8% respectivamente en 2002, al 35,4% y 21,6% en 2007, al mismo tiempo que aumentan su proporción en Cataluña y Madrid respectivamente, lo que significa que los nuevos flujos de estas comunidades asiáticas se dirigen a otros destinos.

MAPA 1

Distribución de las comunidades asiáticas por comunidades autónomas (2007)



Las cinco primeras comunidades reúnen el 83% de todos los asiáticos en España. El asentamiento asiático coincide básicamente con el del conjunto de los residentes extranjeros, es decir que existe una gran concentración en la comunidad de Madrid, sede de la capital de España, y después en casi todo el arco mediterráneo, así como en las comunidades insulares (Canarias y Baleares).

Distribución por provincias

Al analizar la distribución de los residentes asiáticos por provincias se incide en el comentario anterior de su concentración en el litoral mediterráneo, los archipiélagos y Madrid, pues a esta localización corresponden las diez primeras provincias con mayor número de asiáticos. Ordenándolas de norte a sur son las siguientes: Girona, Barcelona, Tarragona, Baleares, Valencia, Alicante, Málaga, Las Palmas, Tenerife y finalmente Madrid. En Andalucía el 40,3% de los asiáticos está concentrado en tan solo una provincia, Málaga, centro neurálgico de la industria turística andaluza. Solamente las quince primeras superan un 1% del asentamiento total de asiáticos en ellas. En general se puede afirmar que los asiáticos reproducen la pauta general del asentamiento de todos los extranjeros en España.

Las diez primeras provincias que representan en su conjunto a casi el 80% de todos los asiáticos en España corresponden a la capital del Estado español (Madrid), los archipiélagos (Las Palmas, Tenerife y Baleares) y el arco mediterráneo (Valencia, Málaga, Alicante, Girona y Tarragona), siempre con Barcelona ocupando el primer lugar, pues esta única provincia, con 76.190 asiáticos, posee el 31,9% de todos los residentes de ese continente en España. Es reseñable la peculiaridad de determinadas comunidades asiáticas más allá de la habitual y común concentración en Madrid y Barcelona de casi todas ellas, y de las provincias Canarias para los casos de Corea e India. Por ejemplo, la comunidad china es una de las más dispersas y con un peso relativamente menor de concentración (49,8%) en Barcelona y Madrid en comparación con el resto. Por su parte, Pakistán sobresale por su presencia en La Rioja y en Valencia, e India por su asentamiento en la provincia de Girona.

CUADRO 5

Distribución de residentes asiáticos por provincias a 31 de diciembre de 2007

	Asia	China	Pakistán	Filipinas	India	Bangladesh	Japón	Corea	Taiwan
Total	238.770	119.859	36.384	25.051	20.776	6.544	4.254	2.264	360
Barcelona	76.190	31.405	19.354	8.797	6.085	3.395	1.482	415	126
Madrid	47.760	28.318	1.092	9.425	1.154	2.010	1.245	555	103
Valencia	12.778	5.534	2.917	193	1.122	69	123	45	23
Málaga	9.127	4.542	356	1.430	654	200	207	24	14
Las Palmas	8.983	4.212	25	1.048	2.372	24	102	744	11
Alicante	8.380	5.134	933	194	356	74	52	32	6
Girona	7.758	3.004	411	418	3.230	85	50	21	2
Baleares	7.025	3.967	257	1.223	818	177	86	11	3
Tenerife	6.177	2.749	167	492	2.108	97	23	29	10
Tarragona	5.581	2.556	1.801	272	481	11	70	15	—
Zaragoza	4.209	3.426	371	27	46	22	19	17	3
La Rioja	4.023	351	2.922	17	59	3	3	1	1
Murcia	3.674	2.308	174	72	633	48	42	42	—
Sevilla	3.321	2.396	35	116	145	14	82	8	2
Vizcaya	2.753	1.900	173	383	23	22	27	34	4
Toledo	2.054	1.219	481	37	152	9	26	14	4
Granada	2.007	1.201	208	40	121	1	124	9	4
Almería	1.923	663	885	16	27	39	19	10	1
Lleida	1.879	1.336	220	11	114	72	15	9	—
Castellón	1.579	1.167	82	8	28	—	21	6	—
Cádiz	1.250	822	42	142	123	3	46	2	1
Asturias	1.334	930	77	77	20	18	28	5	—
Jaén	1.304	462	615	14	170	—	8	—	—
Guipúzcoa	1.290	575	401	89	27	—	43	5	1
León	1.136	584	340	25	41	9	12	15	—
Álava	1.091	579	330	25	14	5	10	11	1
A Coruña	1.079	738	18	27	53	6	38	20	1
Valladolid	1.057	732	68	28	92	17	25	32	1
Córdoba	959	503	184	5	30	—	9	2	1
Cantabria	857	547	37	91	35	11	12	22	1
Navarra	842	499	107	38	38	4	52	3	9
Pontevedra	824	582	27	29	19	27	13	6	2
Burgos	808	213	412	24	27	12	11	9	—
Salamanca	696	507	19	6	10	5	44	6	17
Ciudad Real	685	470	22	7	33	4	12	15	—
Badajoz	629	497	31	2	5	—	1	9	—
Albacete	606	375	24	2	43	16	8	—	—
Teruel	514	67	421	2	6	—	—	—	1
Huelva	502	362	34	6	38	2	4	6	—
Guadalajara	443	175	42	23	12	11	5	4	—
Cuenca	416	234	75	8	6	3	3	—	—
Lugo	367	158	23	4	1	2	2	4	—
Huesca	363	227	39	6	4	5	5	7	1

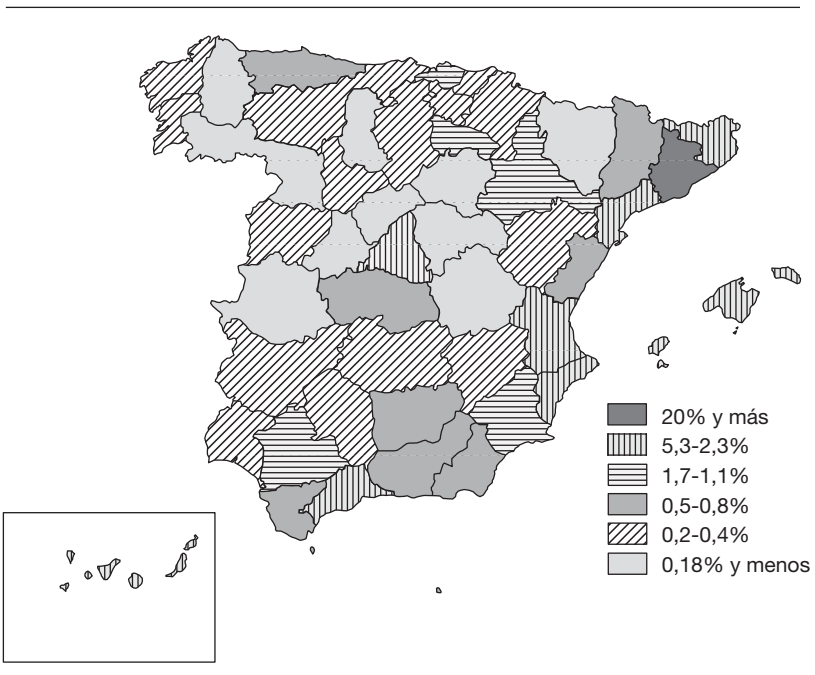
CUADRO 5 (continuación)

	Asia	China	Pakistán	Filipinas	India	Bangladesh	Japón	Corea	Taiwan
Cáceres	343	267	—	9	38	—	6	12	—
Segovia	278	165	5	12	40	1	2	8	—
Ávila	272	214	5	9	19	—	3	3	—
Palencia	261	164	43	17	5	—	2	1	4
Zamora	219	197	7	2	3	—	3	2	—
Ourense	213	151	22	6	2	1	1	2	—
Soria	199	125	7	5	—	—	9	—	—
Ceuta	162	80	8	—	59	2	—	1	—
Melilla	92	56	—	1	14	1	—	—	—
No consta	498	214	35	91	23	7	19	10	1

FUENTE: Observatorio Permanente de la Inmigración. Extranjeros con tarjeta o autorización de residencia en vigor a 30 de diciembre de 2007. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

MAPA 2

Distribución de las comunidades asiáticas por provincias (2007)



2. Asiáticos en Canarias

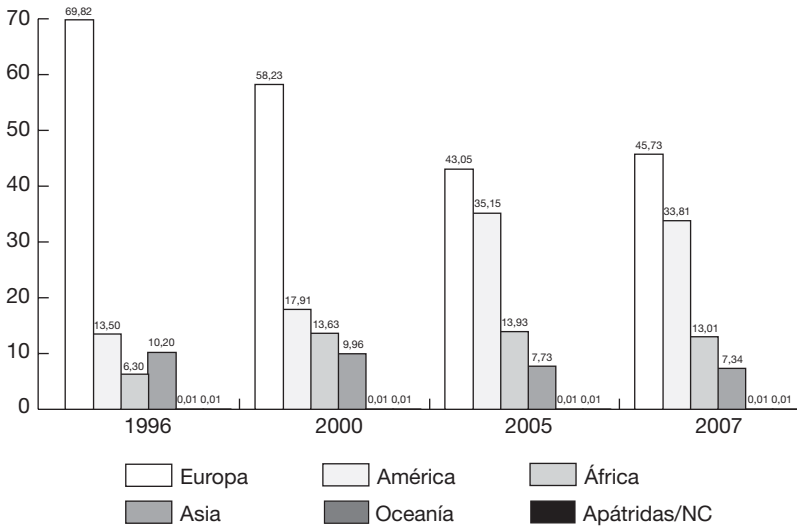
Ana María López Sala y Valeriano Esteban Sánchez

La composición de la población residente extranjera en las islas ha cambiado desde la mitad de los años noventa. Hasta 1996 destacaba el predominio europeo (que representaba casi el 70% del total de los instalados), seguido de americanos (13,5%) y asiáticos (10,2%). Desde entonces se ha apreciado una disminución muy considerable del peso relativo de los europeos (43% en 2005), un crecimiento de la población africana y su estabilización entre 2000 y 2005 y un crecimiento considerable de la población latinoamericana hasta 2005, que hoy sigue representando el segundo origen más numeroso después del europeo (López Sala y Esteban, 2004; Domínguez Mújica, 2006). En los últimos años la intensificación de los flujos procedentes de los países de la Europa del Este y el mantenimiento de las comunidades europeas más antiguas han producido un nuevo aumento del peso de los europeos en la región que se aprecia en los datos de 2007.

A mediados de los años noventa, Asia ocupaba la tercera posición como continente de procedencia de los extranjeros residentes en el archipiélago y sus nacionales representaban el 10,2% del total. El incremento de la inmigración latinoamericana, africana y de la Europa del Este ocasionó que en términos de *stock* Asia pasara a ocupar el cuarto puesto en la segunda mitad de los años noventa y se ha mantenido en esta posición hasta la actualidad. Además, desde mediados de la década de 1990 los asiáticos han ido perdiendo peso paulatinamente en el conjunto de la inmigración en Canarias (10,20% en 1996, 9,96% en 2000; 7,73% en 2005 y 7,34% en 2007).

De acuerdo con los datos desagregados por continente de procedencia y provincias de residencia, los asiáticos representaban la segunda comunidad más numerosa en Las Palmas de Gran Canaria en 1996 tras los europeos (14,3% y 69,9% respectivamente), pasando al cuarto pue-

GRÁFICO 1
Residentes extranjeros en Canarias según continente de origen (1996-2007)
en porcentajes

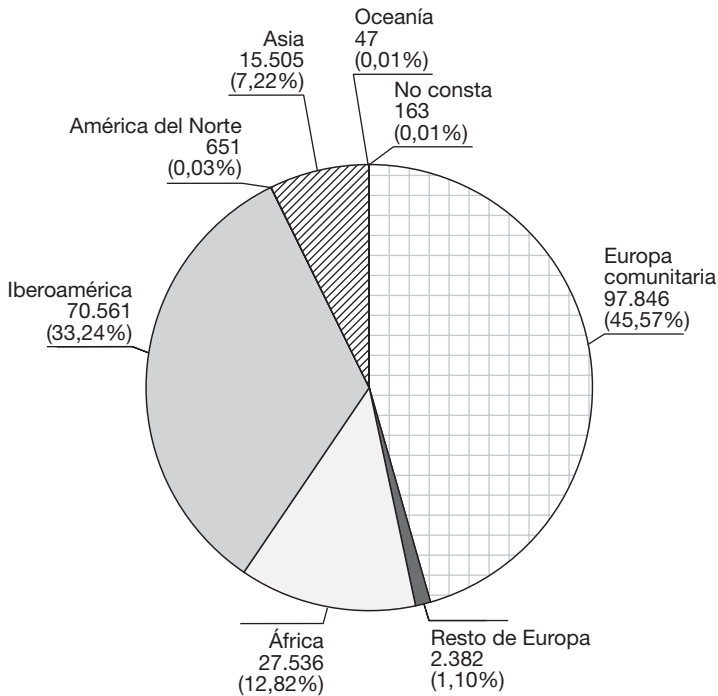


FUENTE: Anuario Estadístico de Extranjería (1996 y 2000). OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Emigración e Inmigración (2005 y 2007).

to en 2007, al adelantarles también, americanos y africanos. Por el contrario, en Santa Cruz de Tenerife los asiáticos ocupaban el tercer puesto a mediados de los años noventa. En 2007 africanos y asiáticos se encontraban prácticamente empatados en volumen relativo, en tercer y cuarto lugar respectivamente.

Otra conclusión de interés es que el peso de los ciudadanos asiáticos en el conjunto de la inmigración extranjera ha disminuido apreciablemente en la provincia de Las Palmas pasando de representar el 14,3% en 1996 al 7,5% en 2007. En el caso de la provincia de Tenerife el peso de los asiáticos se ha mantenido, elevándose sensiblemente en la última década (un 6,8% en 1996 y un 7,1% en 2007). Si comparamos ambas provincias a lo largo de la última década, lo más relevante es, sin duda, que a mediados de los noventa Las Palmas de Gran Canaria destacaba como una provincia con mayor establecimiento de ciudadanos asiáticos, mientras que la situa-

GRÁFICO 2
Residentes extranjeros en Canarias según continente de origen (2008)



FUENTE: OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración. Datos a 31 de marzo de 2008.

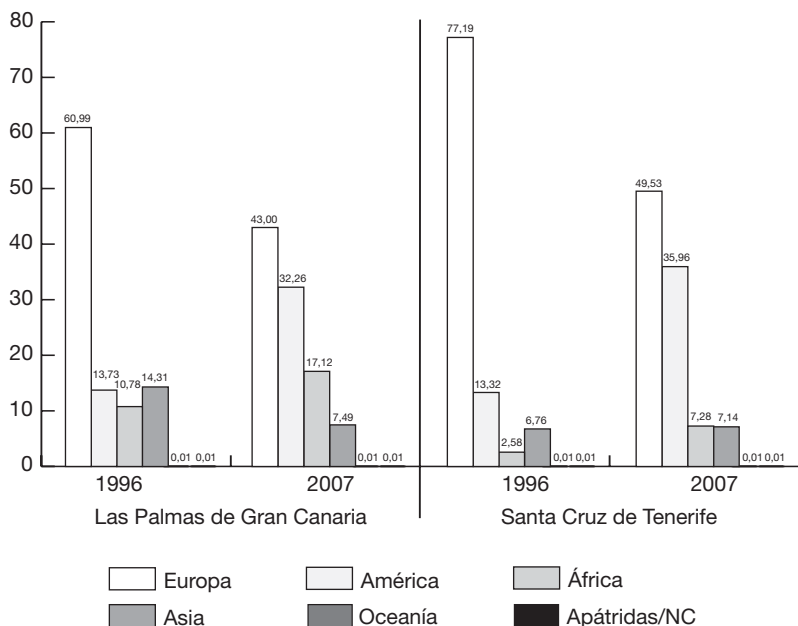
ción actual es de equilibrio, con porcentajes muy similares en las dos provincias canarias (7,5% en Las Palmas y 7,1% en Santa Cruz de Tenerife).

Los datos por nacionalidad de procedencia nos permiten ofrecer más matices en esta fotografía del establecimiento de los asiáticos en el archipiélago canario. Por nacionalidad, los indios representaban la tercera comunidad más importante en 1996, inmediatamente después de alemanes y británicos, los grupos más numerosos en el conjunto del archipiélago. Su distribución era bastante equilibrada entre ambas provincias.

Al igual que observamos en las regiones del litoral español y en la otra comunidad autónoma de un archipiélago, Baleares, en Canarias resi-

GRÁFICO 3

Residentes extranjeros en Canarias según provincia de establecimiento y continente de origen (1996-2007), en porcentajes*



FUENTE: Anuario Estadístico de Extranjería (1996). OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración (2007).

* Las islas de Tenerife, La Gomera, La Palma y El Hierro conforman la provincia de Santa Cruz de Tenerife, mientras que las islas de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, integran la provincia de las Palmas de Gran Canaria.

den numerosos jubilados procedentes de países europeos. El flujo turístico en las islas, un turismo de masas que supera los diez millones de visitantes anuales y que está ocasionado por las excelentes condiciones climáticas, ha propiciado la instalación definitiva y temporal de un segmento de antiguos turistas convertidos hoy en inmigrantes residenciales.⁵

Antes de los cambios de la última década, la única comunidad asiática con peso demográfico y económico en el archipiélago era la conformada por ciudadanos de origen indio. La presencia de nacionales de otros países asiáticos era muy escasa. Pese a ello, a mediados de los años noventa Canarias ocupaba la tercera posición como comunidad de asentamiento de los

ciudadanos asiáticos en España con el 14% del total, tras Madrid (29,74%) y Cataluña (25,70%). A pesar de lo modesto de las cifras, el archipiélago contaba con la comunidad india y la comunidad coreana más numerosa a escala nacional. En 1996 vivía en Canarias el 47,19% de los ciudadanos indios residentes en España y el 40,55% de los coreanos, mientras que solo residía el 4,53% de los chinos y el 4,23% de los nacionales de Filipinas.

Sin embargo, el panorama se ha transformado considerablemente en los últimos años si atendemos a la distribución por nacionalidad. El número de ciudadanos indios se ha incrementado levemente entre 1996 y 2008, mientras se observa un importante crecimiento de otras nacionalidades, especialmente de los ciudadanos chinos en el caso de los asiáticos. El peso de los nacionales de India es muy inferior en términos relativos respecto a lo observado a mediados de la década de 1990. India descendió al puesto 12 como país de procedencia en el año 2008, por detrás de China, que ocupa la novena posición y se convierte en la comunidad asiática más numerosa en la región.

Un rasgo de interés, utilizando los datos de *stock* sobre residentes, es que mientras que el volumen de la comunidad india en ambas provincias es similar, los ciudadanos chinos son más numerosos en la provincia de Las Palmas de Gran Canaria (cerca del 60% del total de la región) por el establecimiento en las islas de Gran Canaria y Lanzarote. Veremos cómo se puede matizar mucho más esta conclusión cuando utilicemos la distribución por islas.

Los cambios en la comunidad asiática en el archipiélago canario: etapas y cuencas migratorias

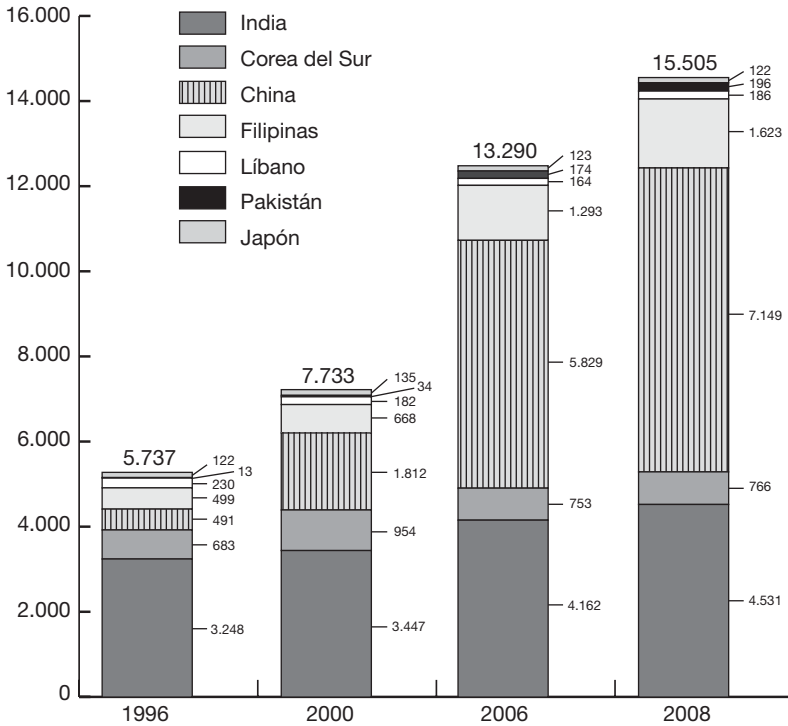
Una de las singularidades del archipiélago canario como región de instalación de comunidades de origen extranjero ha sido la antigüedad de la presencia y su singularidad y diversidad. La localización geográfica, en las rutas del comercio en el Atlántico, y su régimen económico especial, así como su condición de puerto franco, propició la instalación de poblaciones muy diversas en la procedencia, vinculadas en la mayor parte de los casos a actividades comerciales. La comunidad india es una de las escasas comunidades históricas en suelo español, una instalación que se remonta a las décadas finales del siglo XIX. Hoy los ciudadanos indios, o de

origen indio, suponen, sin embargo, sólo un colectivo más entre los diversos grupos de ciudadanos asiáticos residentes en el archipiélago. Su presencia en el archipiélago desde las décadas finales del siglo XIX y la continuidad de la corriente hasta los años setenta hace extremadamente difícil dimensionar la comunidad, ya que como veremos más extensamente, los datos por nacionalidad no reflejan el tamaño real de la misma, al incorporar también a ciudadanos españoles, británicos —y de otras nacionalidades— de origen indio.⁶

En los últimos años, las comunidades de origen asiático han experimentado transformaciones de enorme calado. Así, en el caso de esta región es posible referirse a flujos tradicionales y flujos de nuevo cuño. Esta distinción se refleja en la dinámica económica de los asiáticos establecidos en las islas. La distribución por nacionalidades a lo largo de la última década permite corroborar la estabilidad numérica de la comunidad india que ha crecido, pero con mucha moderación; la irregularidad numérica, dentro de lo modesto de las cifras, de los residentes coreanos; el decidido crecimiento de los ciudadanos chinos, cuyo número se ha multiplicado por quince desde 1996, y de los pakistaníes, en la primera mitad de esta década; el crecimiento leve pero continuado de los filipinos y el abultado decrecimiento de los ciudadanos libaneses.

En términos generales, se puede afirmar que durante las pasadas décadas la población asiática en el archipiélago ha aumentado de forma moderada, pero sostenida. Podemos hablar, *grosso modo*, de tres grandes etapas en la instalación y de una modificación en la composición de estas comunidades. Las comunidades más antiguas son las procedentes de India y Líbano. Se trata de comunidades que tuvieron una gran importancia en el archipiélago hasta los años setenta, y que han estado conformadas mayoritariamente por empresarios y pequeños comerciantes. En la actualidad son colectivos cada vez menos numerosos, bien por haberse trasladado a otros países y provincias españolas, o por el debilitamiento del flujo, el efecto del envejecimiento y la incorporación a la sociedad canaria a través de matrimonios mixtos. A las comunidades de mayor tradición, las procedentes de Oriente Medio (libaneses) y de India, se sumaron en las décadas pasadas flujos de ciudadanos de Filipinas, Corea del Sur y Japón que han conformado pequeñas comunidades vinculadas al sector de los servicios personales, en el primer caso, y a la industria pesquera en el segundo y el tercer caso. La historia de este establecimiento es, sin embargo, profundamente desconocida y difícil de rastrear

GRÁFICO 4
Residentes asiáticos en Canarias según nacionalidad (1996-2008)



FUENTE: Anuario Estadístico de Extranjería. Ministerio del Interior (1996 y 2000). OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración (2006 y 2008). Datos a 31 de marzo de 2008.

utilizando fuentes de datos secundarios, al tratarse de flujos más antiguos y a la escasez de las fuentes. De ahí que la historia y el calendario de este establecimiento se haya realizado fundamentalmente a través de fuentes documentales y, sobre todo, de entrevistas a informantes cualificados.

Pero fundamentalmente el incremento moderado que han sufrido los extranjeros de origen asiático en Canarias es el resultado de la intensificación de las corrientes procedentes de otros países de Asia Oriental, en especial de China — y de forma mucho más tímida de Pakistán — dos comunidades que han crecido apreciablemente en los últimos años y que

CUADRO 6
*Flujo de población asiática hacia el archipiélago canario por nacionalidad
 (1995-2006)*

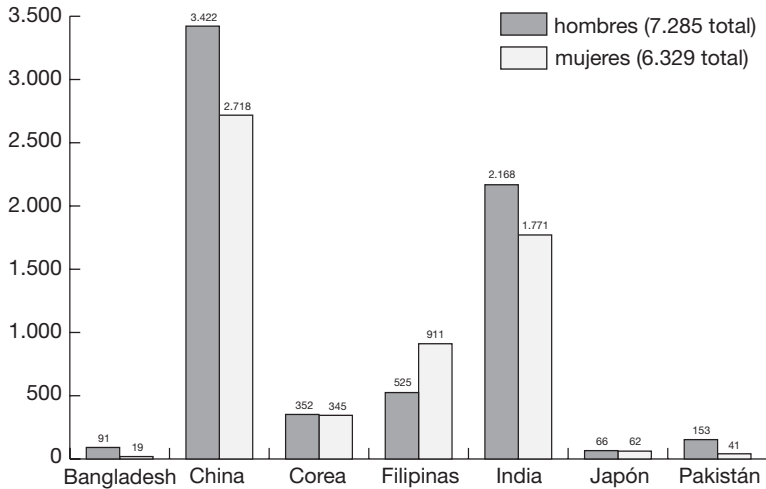
Año de empadronamiento	Total Asia	China	India	Filipinas	Resto Asia
1995	86	18	51	9	8
1996	100	26	51	11	12
1997	281	90	131	8	52
1998	258	105	92	8	53
1999	378	175	120	20	63
2000	738	301	249	54	134
2001	750	331	245	60	114
2002	957	588	185	58	126
2003	982	532	236	50	164
2004	1.732	878	493	136	225
2005	1.538	761	421	132	224
2006	1.630	621	413	321	275

FUENTE: elaboración propia a partir de la Estadística de Variaciones Residenciales (1995-2006). Altas desde el extranjero.

nos permiten hablar de una tercera etapa más reciente. En el caso de China el aumento se aprecia en la segunda mitad de los noventa y ha sido sostenido desde entonces. A pesar de los desajustes en las cifras según los distintos registros empleados, todos los datos muestran que hoy los inmigrantes chinos constituyen el colectivo asiático más voluminoso en las islas Canarias, al igual que en el resto del país. En este sentido se puede hablar de una homogeneización, de una «normalización» de la pauta de recepción de comunidades asiáticas respecto a otras regiones españolas en esta fase, un proceso que no se había apreciado en etapas anteriores. El crecimiento de la comunidad india se debe a la intensificación de nuevos flujos de ciudadanos indios procedentes de otras regiones de India y pertenecientes a otros grupos etnoculturales.

La Estadística de Variaciones Residenciales (EVR) también nos proporciona indicios de la intensificación del flujo de asiáticos en la última década. Esta intensificación es especialmente destacable, de nuevo, en el caso de los ciudadanos chinos, que como ya señalamos han llegado a convertirse en una de las comunidades más amplias y extendidas en las

GRÁFICO 5

Población asiática en Canarias. Distribución por sexo y nacionalidad (2008)

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística). Actualización del Padrón Municipal de Habitantes (2008). Datos provisionales.

distintas islas que componen el archipiélago. A pesar de las dificultades de la EVR para evaluar y medir los flujos migratorios, de ahí el uso combinado de fuentes de datos de *stock* y de flujo, la dinámica de las altas patronales nos proporcione información sobre la activación e intensidad de las corrientes en determinados períodos. La EVR también muestra que las islas de Tenerife y Gran Canaria concentran la mayor parte de las nuevas llegadas.

La actualización del padrón ofrece datos más desagregados según algunas variables, como el sexo. Los datos disponibles más recientes son de principios de 2008.⁷ En cuanto a la distribución por sexo, los asiáticos son una población levemente masculinizada. Los hombres representan el 53,5% del total, frente al 46,5% de mujeres.

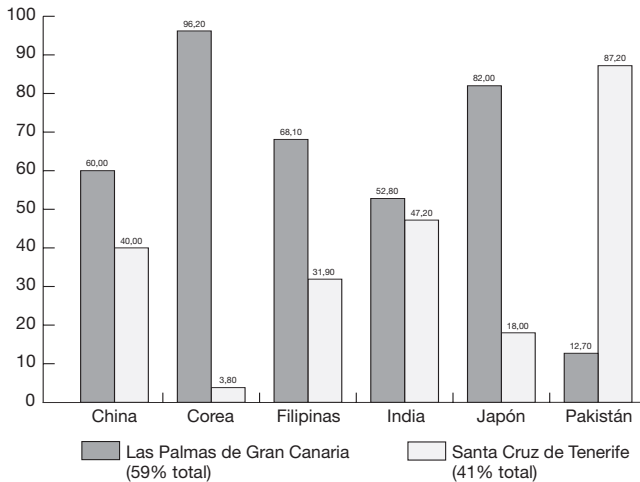
Se aprecian, sin embargo, algunas diferencias de interés según nacionalidades. La excepción, como suele ser habitual en la distribución por sexos, es el caso filipino, donde la presencia de mujeres es más abultada. Los colectivos más masculinizados son los procedentes de Bangladesh y de Pakistán. En cuanto a las nacionalidades más numerosas, las

CUADRO 7
*Extranjeros con tarjeta de residencia en vigor
 según nacionalidad y provincia de establecimiento (2008)*

Nacionalidad	Total Canarias	Las Palmas de Gran Canaria	Santa Cruz de Tenerife
China	7.149	4.288	2.861
India	4.531	2.392	2.139
Filipinas	1.623	1.106	517
Corea	766	737	29
Pakistán	196	25	171
Japón	122	100	22
Total Asia	15.505	9.146	6.359

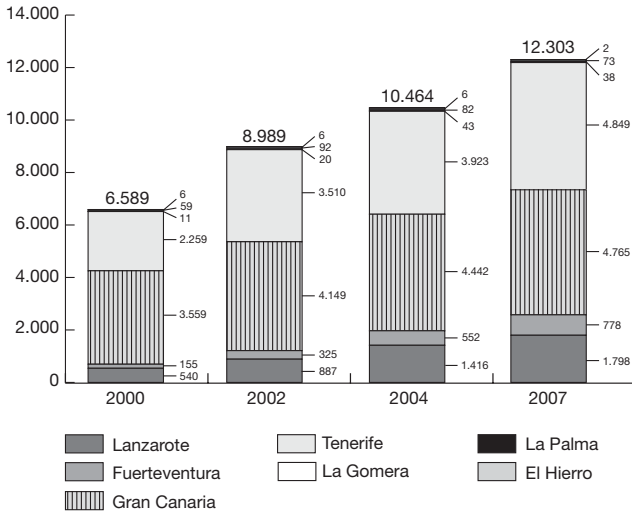
FUENTE: OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración (2006 y 2008). Datos a 31 de marzo de 2008.

GRÁFICO 6
*Extranjeros con tarjeta de residencia en vigor según nacionalidad
 y provincia de establecimiento, en porcentajes (2008)*



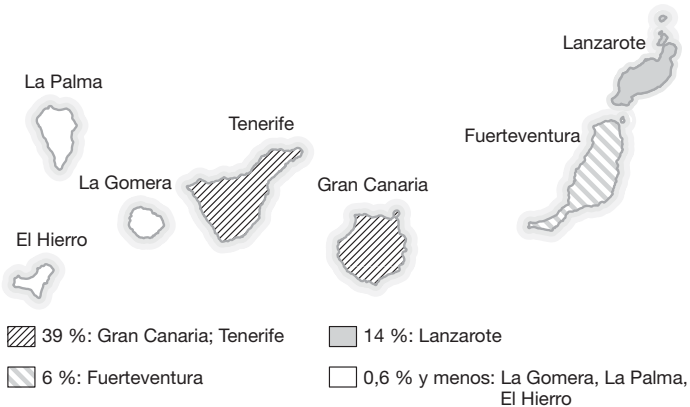
FUENTE: OPI. Estadística de extranjeros con tarjeta de autorización y residencia en vigor. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración (2006 y 2008). Datos a 31 de marzo de 2008.

GRÁFICO 7
*Población asiática en la comunidad autónoma de Canarias
 por isla de residencia (2000-2007)*



FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística). Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2002-2007).

MAPA 3
Población asiática en la comunidad autónoma de Canarias (%). Año 2007



comunidades china e india están levemente masculinizadas con un 55,7% y un 55,1%, respectivamente, de varones.⁸ Sin embargo, en términos generales no existen grandes desequilibrios en cuanto al reparto por sexo, lo que aporta indicios sobre la estabilidad de la instalación y el desarrollo de flujos migratorios familiares, así como sobre la constitución de unidades familiares en destino.

La distribución espacial de los ciudadanos asiáticos en Canarias. Las islas mayores, las capitales insulares y los principales municipios turísticos

La distribución geográfica de los ciudadanos asiáticos en la región de Canarias ha seguido una serie de pautas recurrentes a lo largo de la última década. En primer lugar, la provincia de Las Palmas de Gran Canaria ha tenido mayor número de residentes procedentes de Asia que Santa Cruz de Tenerife. Los datos más recientes indican que el 59% de los ciudadanos asiáticos reside en la primera provincia. Si atendemos a las nacionalidades específicas se repite esta pauta excepto en los pakistaníes, que son más numerosos en Tenerife. En el caso de Corea y Japón apreciamos una fuerte concentración geográfica en Las Palmas de Gran Canaria donde vive el 96,2% de los coreanos y cerca del 82% de los japoneses. El reparto es más equilibrado entre indios y chinos, particularmente en el caso de los primeros (el 52,8% reside en Las Palmas frente al 60% de los chinos). Las cifras ascienden hasta el 68,1% en la comunidad filipina.

Los ciudadanos asiáticos se concentran en las dos islas capitalinas, Gran Canaria y Tenerife, y en Lanzarote, seguidas a mucha distancia, como lugar de establecimiento, por Fuerteventura. El asentamiento espacial de las comunidades asiáticas es similar al del conjunto de la población en el archipiélago —Gran Canaria, Tenerife y Lanzarote son las islas más pobladas— aunque su peso es mayor en las zonas turísticas—. Los mayores incrementos desde el año 2000 se han producido en Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura. Su presencia en La Gomera, La Palma y El Hierro es insignificante, una singularidad importante ya que estas islas sí reciben inmigrantes procedentes de otros continentes, en especial de Latinoamérica.

El establecimiento de ciudadanos asiáticos muestra cierta relación

CUADRO 8
*Población asiática en la Comunidad Autónoma de Canarias por islas.
 Principales nacionalidades (2004)*

Isla de residencia	Total					Otros Asia
	Asia	China	Filipinas	India	Corea	
Lanzarote	1.416	672	206	482	8	48
Fuerteventura	552	253	17	232	0	50
Gran Canaria	4.442	1.481	311	1.223	887	540
Tenerife	3.923	1.327	231	1.784	25	556
La Gomera	43	23	0	7	0	13
La Palma	82	28	7	10	1	36
El Hierro	6	2	0	0	0	4
Total	10.464	3.786	772	3.738	921	1.247

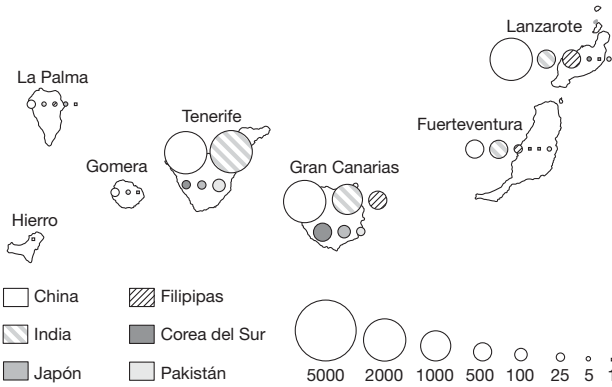
FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística). Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2004).

con la dinámica económica. Gran Canaria, Lanzarote y Tenerife son las islas que reciben más turistas, las que han experimentado un crecimiento demográfico más importante en la última década, junto con Fuerteventura, así como las que arrojan mejores valores en las magnitudes económicas. En este proceso ha sido importante su tamaño, pero también su tradición como receptoras de turismo temporal y residencial. Fuerteventura, por ejemplo, ocupa el segundo lugar en extensión de territorio, pero el cuarto en la recepción de turistas.

La utilización de datos secundarios y el reconocimiento territorial ha mostrado que en el caso de las islas se aprecia una coincidencia entre los lugares de establecimiento de la población asiática y la localización de sus negocios. Así, se observan pautas similares de localización residencial y de implantación geográfica de empresas y comercios regentados por ciudadanos procedentes de este continente. Este solapamiento entre residencia y actividad laboral y empresarial destaca especialmente en el caso de la comunidad india. El reconocimiento territorial ha hecho necesario abordar las pautas del establecimiento geográfico de los asiáticos en la comunidad autónoma de Canarias, deteniéndose especialmente en la distribución de la población por islas, municipios y entidades menores de po-

MAPA 4

*Población asiática en la comunidad autónoma de Canarias por islas.
Principales nacionalidades (2007)*



FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística). Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2007).

MAPA 5

Mapa de la isla de Tenerife. Detalle municipal



FUENTE: Instituto Canario de Estadística.

MAPA 6
Mapa de la isla de Lanzarote. Detalle municipal



FUENTE: Instituto Canario de Estadística.

MAPA 7
Mapa de la isla de Fuerteventura. Detalle municipal



FUENTE: Instituto Canario de Estadística.

blación, ya que los resultados por provincias no muestran con suficiente detalle las dinámicas geográficas y la complejidad territorial del archipiélago exige tomar en consideración diversos núcleos turísticos en municipios. Los datos de actualización del padrón explotados por el Instituto Canario de Estadística proporcionan cifras desagregadas por islas de enorme utilidad en esta tarea. Aunque sería interesante detenernos en series temporales más largas, vamos a presentar las dinámicas de los últimos años.

Gran Canaria era la isla con mayor número de asiáticos en 2004. La distribución por nacionalidad, en el caso de las dos islas capitalinas, resultaba desigual. A principios de ese año, los ciudadanos indios eran más cuantiosos en Tenerife, donde este asentamiento ha tenido más tradición, mientras que los inmigrantes chinos eran ligeramente más numerosos en Gran Canaria.⁹ Los ciudadanos chinos también constituyen el colectivo más numeroso en las islas de Lanzarote y Fuerteventura, aunque seguidos a corta distancia por los nacionales indios. Los coreanos se concentraban, casi en exclusiva, en la isla de Gran Canaria y, en especial, en su capital, Las Palmas. Su presencia en otras islas es insignificante. La pauta del establecimiento en Gran Canaria y Lanzarote es similar. También en esta úl-

CUADRO 9

*Población asiática en Canarias según municipios de residencia.
Principales municipios de establecimiento (2007)*

Municipios*	
Provincia de Gran Canaria	
Arrecife (Lanzarote)	555
Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria)	2.906
San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)	1.081
Tías (Lanzarote)	729
Mogán (Gran Canaria)	373
La Oliva (Fuerteventura)	303
Provincia de Santa Cruz de Tenerife	
Adeje (Tenerife)	1.348
Arona (Tenerife)	1.496
Puerto de la Cruz (Tenerife)	247
Santa Cruz de Tenerife (Tenerife)	965

FUENTE: revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2007). Datos por municipios. INE.

* Denominación del municipio. Entre paréntesis aparece la isla donde se localiza el municipio.

tima, las comunidades más numerosas proceden de China e India, en este orden. La distribución de los filipinos es más equilibrada entre Lanzarote, Gran Canaria y Tenerife mientras que, a pesar del pequeño volumen, en Fuerteventura el tamaño de la comunidad china e india es equivalente.

Los datos de 2007 muestran algunos cambios de interés particularmente en el caso de los ciudadanos chinos, que siguen siendo los asiáticos más numerosos en todas las islas. En primer lugar, Tenerife se ha convertido en la isla con mayor número de ciudadanos asiáticos, aunque la diferencia con Gran Canaria es muy pequeña. Hoy los nacionales de China también son más numerosos en Tenerife, al igual que observamos en los casos de India y Pakistán. No se aprecian diferencias respecto a 2004 en las comunidades de filipinos, coreanos y japoneses, que siguen residiendo mayoritariamente en Gran Canaria.

Los asiáticos residen en las áreas metropolitanas de las dos islas mayores y en los principales municipios turísticos, que en la mayor parte de los casos, se convierten en los núcleos más poblados después de las capitales insulares. Su pauta residencial es similar a la del conjunto de la población establecida en el archipiélago. En 2007, los municipios con mayor número de ciudadanos asiáticos son Las Palmas de Gran Canaria y Arona.

Los datos de la actualización del padrón por municipios en 2007 indican también que las comunidades asiáticas de mayor tamaño se localizaban en Santa Cruz de Tenerife, Adeje, Arona, El Puerto de la Cruz y, en menor medida, La Laguna y Santiago del Teide. Estos municipios tenerfeños forman parte de la comarca metropolitana (Santa Cruz-Laguna), comarca suroeste (Adeje, Arona y Santiago del Teide) y la comarca del valle de la Orotava (Puerto de la Cruz). Además de vivir en la capital, los residentes asiáticos residen en los principales municipios dedicados al turismo, incluyendo el más importante centro turístico del norte, el Puerto de la Cruz, y los dos centros del sur, Arona y Adeje.

El norte de la isla de Tenerife concentró durante décadas la afluencia de turistas hacia el denominado valle de la Orotava y sus dos municipios principales: el Puerto de la Cruz y la Villa de la Orotava. En la actualidad se trata de un área de turismo extranjero residencial y de afluencia de turismo nacional. Aunque en esta zona de la isla se localizaron durante décadas los ciudadanos indios y muchas de sus asociaciones y negocios, el peso actual de los residentes asiáticos en esta comarca es mucho menor que en la comarca sureste. El auge de la nueva zona de atracción turística en el sur de la isla ha desplazado una buena parte de la

CUADRO 10
Población asiática en Canarias según municipios de residencia.
Principales nacionalidades (2004)

Municipios*	Total					Otros Asia
	Asia	China	Filipinas	India	Corea	
Provincia de Gran Canaria						
Arrecife (Lanzarote)	509	274	93	116	8	18
Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria)	2.829	790	256	584	857	342
San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)	1.005	392	30	509	4	70
Tías (Lanzarote)	549	221	71	243	0	14
Mogán (Gran Canaria)	263	96	5	120	0	42
La Oliva (Fuerteventura)	189	79	13	91	0	6
Provincia de Santa Cruz de Tenerife						
Adeje (Tenerife)	1.046	283	14	627	3	119
Arona (Tenerife)	908	398	9	383	0	118
San Cristóbal de La Laguna (Tenerife)	154	82	18	6	6	42
Puerto de la Cruz (Tenerife)	232	57	8	127	0	40
Santa Cruz de Tenerife (Tenerife)	1.087	206	160	557	14	130
Santiago del Teide (Tenerife)	128	88	0	37	0	3

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística).
 Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2004).

* Denominación del municipio. Entre paréntesis aparece la isla donde se localiza el municipio.

comunidad residente en el norte hacia las nuevas zonas de expansión y ha atraído a los que han llegado más recientemente. Sin embargo, en estos dos núcleos de población, el Puerto de la Cruz y la Orotava encontramos, junto con la capital, la comunidad india más antigua.

Algo similar observamos en las otras islas principales de establecimiento. En Gran Canaria, los tres núcleos de asentamiento son la capital, Las Palmas de Gran Canaria y los municipios turísticos de San Bartolomé de Tirajana y Mogán, en el sur de la isla. Este asentamiento corresponde, por tanto, a la comarca metropolitana y la comarca sur de la isla a la que pertenecen los dos últimos municipios. La concentración de los asiáticos en municipios turísticos es más visible incluso en Gran Canaria, al tratarse de una isla donde dichos núcleos están menos diseminados que en Tenerife. El establecimiento en la isla de Lanzarote se localiza en los municipios de Tías y Tegüise y en Arrecife, la capital lanzaroteña. En Fuerte-

CUADRO 11
*Población asiática en Canarias según municipios de residencia.
 Principales nacionalidades (2007)*

Municipios*	Total					Otros Asia
	Asia	China	Filipinas	India	Corea	
Provincia de Gran Canaria						
Arrecife (Lanzarote)	555	328	108	93	4	22
Las Palmas de Gran Canaria (G. Canaria)	2.906	1.130	465	366	627	318
San Bartolomé de Tirajana (G. Canaria)	1.081	413	26	561	6	75
Tías (Lanzarote)	729	275	94	351	1	8
Mogán (Gran Canaria)	373	168	9	148	0	48
La Oliva (Fuerteventura)	303	159	21	108	0	15
Provincia de Santa Cruz de Tenerife						
Adeje (Tenerife)	1.348	408	12	765	2	161
Arona (Tenerife)	1.496	914	8	381	0	193
Puerto de la Cruz (Tenerife)	247	65	5	147	0	30
Santa Cruz de Tenerife (Tenerife)	965	237	256	362	14	96
Total	12.303	5.342	1.138	3.813	681	1.329

ventura, donde como ya dijimos la presencia de asiáticos es menor que en las islas anteriores, se encuentran presentes sobre todo en el municipio de La Oliva, el centro turístico más importante del norte de la isla mayorera.

En 2004, la capital de Tenerife, Santa Cruz y las Palmas de Gran Canaria tenían la comunidad india más numerosa y más antigua junto con el municipio de Adeje, una zona de reciente establecimiento (algo más de una década), pero de intenso crecimiento. Situado en el sur de la isla, Adeje es uno de los municipios más ricos del archipiélago en donde se localizan la mayor parte de los hoteles de lujo. Adeje, junto con Arona y Santiago del Teide, son los tres grandes focos de atracción turística del sur de la isla en donde también se concentra una buena parte del turismo residencial. Se trata, por añadidura, de una de las áreas que ha experimentado mayor crecimiento demográfico en la última década. El Puerto de la Cruz centraliza a los asiáticos en la región norte. Los chinos, por el contrario, son más escasos en esta zona y se establecen principalmente en la capital y en el municipio de Arona, donde resalta también,

dentro de lo modesto de las cifras, el incremento experimentado por los nacionales de Pakistán y Bangladesh en los últimos años. Algo parecido sucede en el caso de Adeje. También en este caso se observa el incremento de la comunidad pakistaní, que se convirtió en la tercera comunidad asiática del municipio en 2005, aunque su cuantía es muy modesta.

En cuanto a las otras islas, destacaba además la concentración de la comunidad china en la ciudad de Las Palmas y en San Bartolomé de Tirajana. Los filipinos vivían sobre todo en Las Palmas de Gran Canaria; al igual que los coreanos se encontraban, casi en exclusiva, en la ciudad de Las Palmas. En 2004, los coreanos eran la comunidad asiática más numerosa en esta ciudad.

En Arrecife, Arona, San Cristóbal de La Laguna y Santiago del Teide la nacionalidad más numerosa era la china. Los indios eran los nacionales más numerosos en San Bartolomé de Tirajana, Tías, Mogán, La Oliva, Adeje, El Puerto de la Cruz y Santa Cruz de Tenerife. Los ciudadanos chinos, en definitiva, se localizaban tanto en municipios turísticos como en ayuntamientos de menor importancia turística que combinan la residencia de población autóctona con población extranjera residente y temporal. A excepción de las capitales de las dos islas mayores, los indios se localizan especialmente en los principales núcleos turísticos, donde la población autóctona residente es menos abundante (aunque hay importantes desplazamientos pendulares a diario desde otras zonas).

En 2007 se aprecian algunos cambios respecto a las conclusiones que presentamos para 2004. En primer lugar, los chinos siguen residiendo principalmente en Las Palmas de Gran Canaria y Arona. Sin embargo, en la primera ciudad se han convertido en la nacionalidad asiática más numerosa. Cabe destacar también el crecimiento experimentado por los filipinos en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife en los últimos tres años. Otro cambio destacable respecto a 2004 es que en 2007 las comunidades indias más numerosas no se encuentran ya en las capitales de provincia, sino en los municipios turísticos más ricos y pujantes de las dos islas principales, Adeje y San Bartolomé de Tirajana, una tendencia que empezó a observarse en los primeros años de esta década.

El peso relativo de las comunidades asiáticas respecto al conjunto de la población, aunque bajo en el conjunto del archipiélago, es mayor en los municipios turísticos. Si relacionamos el tamaño de la población constituida por los ciudadanos asiáticos respecto al total observamos que en 2004 los porcentajes más elevados se encontraban en Tías (Lanzarote), Adeje (Tene-

CUADRO 12
Población residente en Canarias según municipios (2004)

Municipios*	Población asiática	Población total	%
Provincia de Gran Canaria			
Arrecife (Lanzarote)	509	51.633	0,98
Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria)	2.829	376.953	0,75
San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)	1.005	44.155	2,27
Tías (Lanzarote)	549	15.788	3,47
Mogán (Gran Canaria)	262	15.176	1,72
La Oliva (Fuerteventura)	189	15.583	1,21
Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
Adeje (Tenerife)	1.046	30.304	3,45
Arona (Tenerife)	908	59.395	1,52
San Cristóbal de La Laguna (Tenerife)	154	137.314	0,11
Puerto de la Cruz (Tenerife)	232	30.088	0,77
Santa Cruz de Tenerife (Tenerife)	1.087	219.446	0,49
Santiago del Teide (Tenerife)	128	10.777	1,18

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística). Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2004).

* Denominación del municipio. Entre paréntesis aparece la isla donde se localiza el municipio.

rife) y San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria) donde representaban el 3,5%, 3,4% y 2,3% de la población respectivamente. Por el contrario, algunos de los municipios más importantes de las islas en tamaño de población no aparecen como zonas de establecimiento. Este es el caso de el Puerto del Rosario (la capital de Fuerteventura), Telde, en Gran Canaria y La Orotava y Los Realejos en la isla de Tenerife. Ninguno de estos municipios son turísticos, sino zonas de residencia de la población autóctona cuya actividad productiva depende, en gran medida, de otros sectores complementarios.

Los datos de 2007 muestran que estos mismos municipios siguen teniendo los porcentajes más elevados de población asiática en el archipiélago. En Tías el porcentaje ha ascendido hasta el 4%, mientras que en Adeje es del 3,5% y en San Bartolomé de Tirajana, del 2,2%. Los porcentajes han subido también en Mogán y en Arona respecto a 2004.

CUADRO 13
Población residente en Canarias según municipios (2007)

Municipios*	Población asiática	Población total	%
Provincia de Gran Canaria			
Arrecife (Lanzarote)	555	56.834	0,97
Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria)	2.906	377.203	0,77
San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)	1.081	49.601	2,17
Tías (Lanzarote)	729	18.263	3,99
Mogán (Gran Canaria)	373	18.547	2,01
La Oliva (Fuerteventura)	303	20.084	1,50
Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
Adeje (Tenerife)	1.348	38.245	3,52
Arona (Tenerife)	1.496	72.328	2,06
Puerto de la Cruz (Tenerife)	247	31.131	0,79
Santa Cruz de Tenerife (Tenerife)	965	220.902	0,43

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística).
 Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (2007).

* Denominación del municipio. Entre paréntesis aparece la isla donde se localiza el municipio.

El asentamiento en las dos capitales de provincia: un mapa de distritos y barrios donde viven los ciudadanos asiáticos

Los datos de los ayuntamientos de las dos capitales, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife, confirmaban algunos de los datos sobre el tamaño y los cambios en la composición de estas poblaciones en las capitales de provincia. Las explotaciones específicas de datos nos han servido fundamentalmente para poder llegar a una serie de conclusiones sobre su localización residencial en estas ciudades.

En el caso de la ciudad de Santa Cruz, la comunidad india se encuentra visiblemente concentrada en los distritos de Centro-Ifara y Salud-Lasalle (los dos distritos centrales de la capital), en especial en los barrios de Toscal, Centro, El Cabo, La Salle y la Urbanización Anaga.¹⁰ La Urbanización Anaga, enclavada en el este de la capital, es una zona residencial y administrativa en donde se localiza una buena parte de los

edificios del gobierno regional, pero es la excepción como espacio de asentamiento en la pauta de ocupar los distritos centrales de la capital tinerfeña, donde se han concentrado tradicionalmente las funciones comerciales. La pauta de establecimiento de la comunidad china es distinta ya que, según los datos del ayuntamiento, los ciudadanos procedentes de este país asiático residen tanto en los barrios centrales de la capital como en otros de la periferia, como Añaza, Salamanca, el Barrio del Perú o la Salud. En definitiva, la concentración de la población india en el centro de la capital tinerfeña contrasta con la extensión y dispersión residencial de los nacionales chinos.

En cuanto a la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, apreciamos mayor concentración de estas comunidades en los barrios centrales de la ciudad, aunque la estructura urbana permite hablar de una pauta de establecimiento residencial en varios núcleos. El mayor tamaño de la ciudad de Las Palmas respecto a Santa Cruz de Tenerife y su pauta de crecimiento indica una sucesión de núcleos centrales de intensa actividad comercial que se corresponde con el asentamiento de las comunidades estudiadas. Los ciudadanos indios residen fundamentalmente en los barrios de Santa Catalina, Las Canteras, Castillo y Buenavista. Todos estos barrios se encuentran en las proximidades del Puerto de La Luz y la playa de Las Canteras, una zona comercial de gran accesibilidad, que ha crecido intensamente en los últimos años y que sigue renovándose. En el caso de los ciudadanos chinos se observa también una fuerte concentración residencial en tres zonas: en el barrio de Santa Catalina y Las Canteras, en el barrio de la Isleta, también en el distrito de Puerto-Canteras y en el barrio de Canalejas, en el distrito centro. Para aquellos que conocen la ciudad de Las Palmas, esta pauta es sin lugar a dudas sorprendente. El barrio de la Isleta ha sido tradicionalmente uno de los más degradados de la ciudad de Las Palmas. Sin embargo, en una de sus calles centrales, La Naval, se encontraba tradicionalmente una gran concentración de tiendas regentadas por ciudadanos indios. En esta zona y en torno a la calle Albareda, en la franja entre la playa y el puerto, aparecieron los primeros núcleos de economía étnica en esta ciudad. En el barrio de la Isleta, que en la última década ha experimentado un importante proceso de renovación urbana, se ha apreciado también un decidido proceso de sustitución. Muchos de los locales regentados antaño por indios están hoy en manos de ciudadanos chinos. De hecho ya se habla, entre la población de Las Palmas, de una pequeña *chinatown* en esta zona cercana al puerto que se

caracteriza también por su accesibilidad a la zona franca del puerto y del polígono de Arinaga. Los ciudadanos coreanos, sin embargo, residen en el barrio de Alcaravaneras, en lugares próximos a donde se localizan sus negocios según el reconocimiento territorial realizado, especialmente en torno a las calles Mesa y López y Madera y Corcho. También en el barrio de la Minilla en el distrito de Puerto-Canteras y en el barrio de San Lázaro, en la periferia de la ciudad. Al igual que en la isla de Tenerife, de momento se observa cierta pauta de concentración residencial entre los inmigrantes asiáticos residentes, en donde los factores principales han sido la accesibilidad, el emplazamiento y la disponibilidad de servicios.

MAPA 8

Mapa de la isla de Gran Canaria. Detalle municipal



FUENTE: Instituto Canario de Estadística.

3. Asiáticos en Madrid

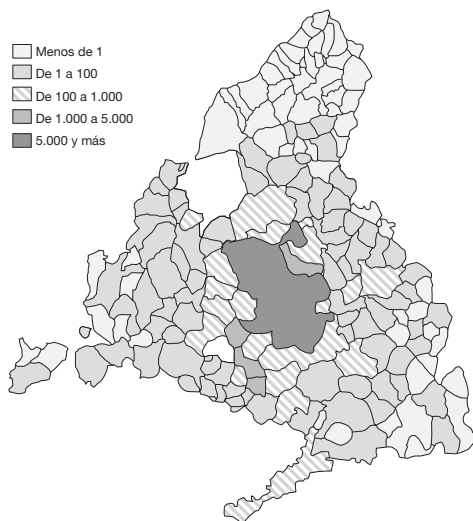
Débora Betrisey Nadali

La migración asiática representa el 7% del total de los extranjeros que residen en el municipio de Madrid (Estadísticas Población Extranjera, 2008. Ayuntamiento de Madrid). Específicamente se sitúan en lo que se conoce como Almendra Central, Periferia Noroeste, Este y Sur de dicho municipio. Los lugares de procedencia más significativos en términos cuantitativos son: China (24.073), Filipinas (8.113), Bangladesh (3.244), Pakistán (1.065), Japón (995) e India (925). Los restantes pobladores asiáticos proceden de Taiwan, Indonesia, Tailandia, Vietnam y Nepal (dichas nacionalidades no superaban los 200 habitantes en el año 2008).

La población asiática más numerosa de la ciudad de Madrid es la procedente de la República Popular China. En la actualidad forma parte de lo que se conoce como «comunidades transnacionales» (Portes, 2001) bien consolidadas en España. Proceden de lugares como Qingtian, Wenzhou (provincia de Zhejiang) y de Fujian (Pieke *et al.*, 2004), Beijing, Tianjin, Guangdong, Hong Kong, Jiangsu, Sichuan, Anhui, etc. (Beltrán, 1998). Además de estas regiones, Nieto (2007) establece que en los últimos años están llegando inmigrantes chinos desde provincias históricamente industrializadas que están experimentando un proceso de reconversión económica y que tiene como consecuencia elevadas tasas de desempleo, tales como Heilongjiang, Liaoning y Jilin.

En menor proporción nos encontramos con una población taiwanesa que reside en Madrid desde la década de 1950. Entonces, dicho segmento estaba compuesto por un reducido número de estudiantes procedentes de Taipei que llegaron a España para realizar estudios universitarios (grado y posgrado). Las relaciones entre el gobierno dictatorial de Franco y las autoridades taiwanesas del *Guomindang* (Partido Naciona-

MAPA 9

Población empadronada total con nacionalidad asiática (2007)

FUENTE: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

lista), sustentadas por intereses anticomunistas, dieron lugar a la firma de un tratado cultural que posibilitó la llegada de diversos estudiantes de los colegios católicos de dominicos y franciscanos situados en Taiwan. Estos misioneros, al verse beneficiados con el refugio otorgado por el gobierno del *Guomindang*, después de la fundación de la República Popular China, presionaron al gobierno de Franco para que concediera becas a los estudiantes taiwaneses (Beltrán, 1998). A su vez, actuaron como verdaderos *brokers* en esta corriente migratoria taiwanesa, quedando en sus manos la decisión de seleccionar y enviar a España a dichos estudiantes. Algunos de los antiguos alumnos que formaron parte del grupo seleccionado recuerdan esta experiencia como una etapa llena de sacrificios y perseverancia, sometidos a un aprendizaje acelerado del español bajo una estricta dinámica de aprendizaje.

La iglesia católica y el gobierno franquista planificaron la creación de un Colegio Mayor denominado «Francisco Javier» (1954), con el objeto de albergar a los estudiantes taiwaneses que llegaban a Madrid. De esta forma se fue consolidando una corriente migratoria configurada en

mayor medida por hombres solos, con un alto nivel educativo y formados en economía, ingeniería y derecho. La misma duró hasta la ruptura de relaciones con Taiwan en 1973, al adherirse el gobierno franquista al reconocimiento de las Naciones Unidas de la República Popular China. Muchos de estos estudiantes, una vez finalizados sus estudios se quedaron en Madrid. En cambio otros se dirigieron hacia diversos puntos de la geografía española (Barcelona, Pamplona) y también europea (Alemania, Francia). En términos generales se insertaron como asalariados ejerciendo de abogados, médicos, ingenieros, etc. y también se dedicaron a establecer sus propias empresas: restaurantes reconocidos por ellos como «los primeros restaurantes chinos de Madrid», empresas de importación/exportación, agencias de viajes, etcétera.

En cuanto a la población japonesa podemos decir que su presencia en la ciudad de Madrid es anterior al año 1940. Las relaciones institucionales establecidas entre España y Japón durante el período 1939-1945, marcadas por la violencia de la guerra civil española, la guerra chino-japonesa y la Segunda Guerra Mundial, favorecieron la presencia de japoneses en la capital. De esta forma llegaron funcionarios, diplomáticos, militares y también jóvenes estudiantes que venían a estudiar español, periodistas, comerciantes y seminaristas. Casi todos ellos volvieron a Japón a partir del año 1943, cuando las complejas y contradictorias relaciones mantenidas entre ambos países dieron un giro a causa de la ocupación japonesa en las islas de Filipinas y el acercamiento del gobierno franquista a Estados Unidos (Rodao García, 1993). En la década de 1960, los residentes japoneses en España no superaban los 300 habitantes y su presencia se encontraba relacionada con la búsqueda de condiciones más favorables de vida (Valls Campà, 1998). Posteriormente se estableció un incremento significativo de esta población asociado a la aparición de las empresas multinacionales japonesas en ciudades como Madrid. Además, coincidiendo con el estancamiento económico que se inició por el estallido de la burbuja inmobiliaria en el año 1990 y el deterioro de las condiciones laborales de los trabajadores (Itoh, 2006),¹¹ llegó a la ciudad capital un contingente no demasiado numeroso de trabajadores (hombres y mujeres) cualificados.

Los pobladores provenientes de Bangladesh, Pakistán e India (especialmente de la región del Sindh) comienzan a llegar a la ciudad madrileña a partir de los años noventa del siglo pasado. Principalmente se trata de hombres jóvenes, sin su grupo familiar, que huyen de los conflictos políticos y de las crisis económicas.¹² En la actualidad, varios de

estos «pioneros» han conseguido la nacionalidad española y se han consolidado económicamente en la capital como empresarios (restaurantes, comercios al por mayor, comercio al por menor), después de una trayectoria social marcada por la baja cualificación, la rotatividad y la precariedad laboral.

En los últimos siete años, los datos sobre la población originaria de Bangladesh y Pakistán reflejan un crecimiento continuado, aunque en porcentajes menores que los inmigrantes chinos. En cambio, la población japonesa y taiwanesa, procedente de las grandes ciudades (Taipei, Tokio), presenta algunas oscilaciones con tendencia a la disminución, tal como se refleja en el siguiente cuadro:

CUADRO 14
Población asiática por nacionalidad en el municipio de Madrid. Incremento interanual en porcentaje. Años 2002-2007

País	2007	2006	2005	2004	2003	2002
China	-1,34	6,13	20,46	37,44	36,00	31,35
Filipinas	3,07	-1,27	6,24	5,48	10,64	13,93
Bangladesh	13,15	9,39	42,45	57,67	38,60	39,17
Pakistán	17,29	12,52	37,71	34,10	19,07	16,51
Japón	-15,49	-17,52	11,02	7,40	19,81	9,23
India	-10,71	-8,88	14,62	7,48	13,53	13,23
Indonesia	13,79	6,62	13,33	15,38	30,00	2,56
Tailandia	-6,35	8,62	28,89	23,29	32,73	48,65
Vietnam	25,00	-12,09	12,35	2,53	-3,66	-4,65
Taiwan	-18,87	-6,19	9,71	5,10	55,56	23,53
Nepal	12,16	5,71	32,08	26,19	90,91	-8,33

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del Departamento de Estadística del Ayuntamiento de Madrid. Año 2008.

Distribución por sexo y edad

La población asiática de Madrid destaca por ser predominantemente joven y estar en edad activa, con una edad promedio de 32 años. A través de los datos de empadronamiento de 2008, se percibe que el mayor nú-

mero de empadronados asiáticos, tanto hombres como mujeres, se concentran en las siguientes franjas de edad: 25-29 años, 30-34 años y 35-39 años (edades fundamentales en la actividad laboral). A su vez, existe un importante número de población entre los 0-4 años y los 15-19 años que marca la presencia de los hijos de esta población. En cambio, sobresale el reducido peso de los grupos de más de 60 años.

Entre pobladores asiáticos provenientes de China, Filipinas, Bangladesh, Japón, Pakistán e India, el 56% son hombres y el 44% mujeres, mostrando así una diferencia reducida entre sexos. Al indagar en la distribución por sexo según las nacionalidades encontramos diferencias significativas, por ejemplo, los inmigrantes de origen filipino poseen un mayor porcentaje de población femenina, que se concentra fundamentalmente en el intervalo de edad entre 30 y 34 años. En este sentido podemos suponer que se mantienen las tendencias históricas en torno a esta población, fuertemente feminizada, que se suele insertar dentro del mercado laboral español en el servicio doméstico en la ciudad de Madrid (Colectivo IOE, 2001). Otro de los grupos de inmigrantes que actualmente presenta mayor porcentaje de mujeres es el japonés. Por otra parte, la población proveniente de Bangladesh y Pakistán es la más masculinizada, seguida de la población china.

CUADRO 15
Población asiática por sexo. Municipio de Madrid (2008)

Países	Total	Hombres	Mujeres
China	24.073	13.215	10.858
Filipinas	8.113	3.414	4.699
Bangladesh	3.244	2.762	482
Pakistán	1.065	946	119
Japón	955	395	560
India	925	541	384

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del Departamento de Estadística del Ayuntamiento de Madrid.

NOTA: no es posible registrar las cantidades de hombres y mujeres en la población taiwanesa, ya que no se encuentra consignado por ser menor a 200 habitantes.

Lugar de residencia

En lo que respecta al total de la población asiática empadronada en la ciudad de Madrid (año 2008) sabemos que se dispersa e instala en múltiples barrios. Dicha dispersión no es homogénea, ya que se asientan, en menor medida, en los barrios asociados a las clases altas, y en mayor proporción en los distritos Centro (Embajadores, Sol, Universidad) y Sur de la ciudad (Usera, Carabanchel, Villaverde y Tetúan).

Hoy los barrios céntricos, lejos de responder a una imagen homogénea propia de una ciudad industrializada (Castells, 1981), se ven marcados por una profunda heterogeneidad social y diversidad cultural. Si bien es cierto que los residentes extranjeros tienen una representación importante en estos barrios, no podemos calificar ninguno de ellos como espacios «guetificados», si con ello nos referimos, como establece Wacquant (2001: 152) a: «una formación socioespacial racial y/o culturalmente uniforme basada en la relegación forzada de una población negativamente tipificada a un territorio específico».

La población de Bangladesh de Madrid habita en el distrito Centro (75%), especialmente en el barrio de Embajadores. Desde los años noventa el barrio de Embajadores se convierte en un lugar atractivo para la población inmigrante por los bajos precios que ofrecen algunas de las viviendas. La población china reside fundamentalmente en los distritos de Usera (Almendrales, Prado-Longo y Moscardó), Puente de Vallecas (San Diego, Numancia) y Carabanchel (Vista Alegre, Opañel).¹³

Por el contrario, los inmigrantes japoneses viven en zonas que han sido lugar preferente de las clases acomodadas, ligadas al capital industrial y financiero de Madrid: Fuencarral-El Pardo (Mirasierra, La Paz), Salamanca (Goya, Guindalera, Lista), Chamberí (Arapiles, Trafalgar) y Chamartín (Nueva España, Castilla). Algunos de estos sitios, especialmente las urbanizaciones de lujo ubicadas en Mirasierra, se convierten en el lugar de residencia de los japoneses implicados en las actividades de gestión y dirección de empresas multinacionales.

La población filipina se ubica en distritos similares a los japoneses —Tetuán (Bellas Vistas, Aldeacederas) y Chamberí (Almagro, Las Rosas y Trafalgar)—. Esta pauta de residencia puede estar relacionada con el tipo de trabajo que desempeña gran parte de la población femenina (el trabajo doméstico como interna), lo que suele implicar vivir de forma

permanente en casa de sus empleadoras con elevado poder adquisitivo. Por otra parte, los indios habitan especialmente en el distrito del Retiro (Bellas Vistas, Aldeacederas) y Ciudad Lineal (Costillares, Ventas). Por último, la población pakistaní se ubica principalmente en los distritos Centro, Ciudad Lineal, Embajadores y Villaverde.

4. Asiáticos en Cataluña

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

La provincia de Barcelona (76.190 residentes) ocupa la primera posición de España y de Cataluña, y las de Girona (7.758) y Tarragona (5.581) la séptima y décima plaza, respectivamente; finalmente Lleida está en el 19º puesto con 1.879 residentes asiáticos. La distribución de su asentamiento en Cataluña varía según cada comunidad asiática concreta, pero en general existe una concentración especial en la comarca del Barcelonès. Siguiendo los datos del padrón municipal a 1 de enero de 2008 analizaremos a continuación la distribución de su asentamiento por comarcas.

Distribución de la población por comarcas y municipios

La comarca del Barcelonès incluye a los municipios de Barcelona, Badalona, Santa Coloma de Gramenet, Sant Adrià de Besòs y Hospitalet de Llobregat. En su conjunto cuenta con 2.193.000 habitantes (2004) en una superficie de 144,7 kilómetros cuadrados, es decir que en ella reside el 32,2% del total de la población de Cataluña. El Barcelonès es el centro neurálgico de la Región Metropolitana de Barcelona, que con 133 municipios tiene una población de 4.673.648 habitantes (68,6% del total de Cataluña).

La concentración en el Barcelonès varía según las comunidades. La más concentrada es la de Bangladesh (91% del total), seguida por Nepal (90%), Filipinas (87%) y Pakistán (79%). Por su parte, las que relativamente tienen menos población en esta comarca son, además de Kazajstán y Tailandia, las procedentes de India (53%) y China (55%), quedando Japón, Uzbekistán, Corea del Sur, Indonesia y Taiwan en situaciones intermedias entre ambos grupos de mayor o menor concentración.

CUADRO 16

Empadronados de diferentes comunidades asiáticas en Cataluña por nacionalidad, en la comarca de el Barcelonès, por total de municipios y de comarcas en las que están presentes (a 1 de enero de 2008)

	Ámbito		Barcelonès	% Total	Municipios*	Comarcas*
	Total	metropolitano				
China	39.974	30.698	22.126	55,35	250	37
Pakistán	30.004	26.210	23.718	79,04	146	36
India	13.490	8.092	7.204	53,40	157	34
Filipinas	8.550	7.846	7.440	87,02	168	30
Bangladesh	3.760	3.589	3.432	91,27	37	18
Japón	2.016	1.863	1.444	71,62	128	30
Nepal	1.061	999	956	90,10		
Corea	667	596	455	68,21	44	16
Tailandia	244	159	101	41,39	66	25
Kazajstán	243	114	68	27,98		
Taiwan	182	168	112	61,53	22	11
Uzbekistán	161	132	107	66,45		
Indonesia	117	95	73	62,39	32	16

FUENTE: Secretaria per a la Immigració. Generalitat de Catalunya.

* Año 2005.

CUADRO 17

Empadronados de Pakistán y China en los municipios de el Barcelonès (2008)

	Pakistán	China
Total Barcelonès	23.718	22.126
Barcelona	15.223 (64,2%)	12.409 (56,1%)
Badalona	4.404	3.273
Santa Coloma de Gramenet	1.631	4.708
Sant Adrià de Besòs	188	191
Hospitalet Llobregat	2.272	1.545

FUENTE: Secretaria per a la Immigració. Generalitat de Catalunya.

Según datos del padrón del año 2005, la ciudad de Barcelona, en cuanto a la residencia de los asiáticos presentes en la comarca del Barcelonès a la cual pertenece, concentra especialmente a Japón (98,2%), Filipinas (96,5%), Taiwan y Corea del Sur (ambas con aproximadamente un 90%). Por su

parte, las comunidades asiáticas más dispersas o menos concentradas en el municipio de Barcelona son las de Bangladesh (51,6%), China (51,8%), India (58,3%) y Pakistán (66,8%). El municipio de Badalona destaca en el asentamiento de China (20,8%), Pakistán (18,5%) e India (16,8%); el de Santa Coloma de Gramenet sobresale en el caso de Bangladesh (35,2%) y para China es prácticamente semejante su proporción a la que tiene en Badalona (20,7%). Finalmente Hospitalet de Llobregat es importante para la comunidad india (16%) y pakistaní (8%). Por lo tanto, especialmente la parte norte de la comarca del Barcelonès (Badalona, Santa Coloma de Gramenet) constituye también un lugar importante para el asentamiento asiático que en su conjunto, y en algunos casos de comunidades asiáticas concretas, casi iguala en población a la empadronada en el municipio de Barcelona. En el año 2008, el cambio más significativo en la distribución anteriormente comentada es que Santa Coloma supera de un modo importante a Badalona en cuanto a la presencia china.

De modo semejante a lo observado en la distribución provincial del Estado español, en la comunidad autónoma de Cataluña la comunidad china sigue el mismo patrón de asentamiento que se puede resumir en la afirmación de que conforme aumenta su volumen, más se dispersa por el territorio: en 1991 los ciudadanos chinos estaban empadronados en 34 municipios, en 1996 en 106, en 2005 en 250 y en 2008 en 323. Su concentración en el Barcelonès también ha variado a lo largo del tiempo. En 1991 reunía al 67,5%, bajando en 1996 al 48,7%, para de nuevo elevarse al 63,1% en 2005 y bajar al 55% en 2008 (siempre según los datos del padrón y censos). Dejando de lado la circunstancia de la especial concentración en el Barcelonès, que es común a todas las comunidades asiáticas, para el caso chino las siguientes comarcas importantes de su asentamiento son Vallès Occidental (6,9%), Baix Llobregat (5,8%) y Maresme (5,3%), todas ellas pertenecientes a la Región Metropolitana de Barcelona. En cuanto a los municipios es reseñable que entre el municipio de Hospitalet de Llobregat (1.545) que ocupa la quinta posición por volumen de empadronados chinos y el de Tarragona (874), se encuentra Olot (928), y entre Lleida (764) y Terrassa (623) está Reus (664). Olot pertenece a la comarca de la Garrotxa y Reus a la de Baix Camp; en ambos lugares su trabajo fundamental no está relacionado con los nichos económicos étnicos tradicionales sino con la industria cárnica para el primer caso y la construcción para el segundo, nuevos sectores de la economía donde se han insertado hace relativamente poco tiempo.

La comunidad filipina también refleja en su distribución las características de sus actividades económicas, fundamentalmente el servicio doméstico para la clase alta. Los filipinos se encuentran entre los más concentrados en el Barcelonès, pero también y especialmente en las comarcas litorales de Baix Empordà (172) y Tarragonès (220), así como en Vallès Occidental (121), y finalmente en Baix Llobregat (82) y Maresme (85) que forman parte de la Región Metropolitana de Barcelona. En los municipios, la cuarta posición entre Tarragona y Girona la ocupa Sant Cugat del Vallès, tradicional zona residencial de la clase alta para quienes trabajan los filipinos.

Los pakistaneses, que muestran un índice de concentración en el Barcelonès casi tan elevado como el de los filipinos, en su posterior distribución territorial destaca su presencia en Baix Ebre (5%) que ocupa el segundo lugar comarcal, con el municipio de Tortosa, que cuenta con 1.251 empadronados y que ocupa el quinto lugar municipal precedido por los cuatro mayores del Barcelonès, y a mucha distancia de los siguientes, Tarragona (319) y Salou (287), ambos municipios pertenecientes a la comarca del Tarragonès.

India, una de las menos concentradas en el Barcelonès, tiene como peculiaridad que el segundo puesto comarcal lo ocupa la comarca de la Selva (14%) y el tercero la Garrotxa (8,8%), especialmente por el volumen de su población en dos municipios de estas comarcas: Lloret de Mar y Olot. En Olot comparten trabajo con los chinos en las industrias cárnicas. De hecho, la comunidad india localizada en estas ciudades es fundamentalmente punjabi, pertenece al último flujo que está llegando a España y ya se ha convertido en el componente mayoritario de la comunidad india.

Bangladesh es la más concentrada de todas las comunidades asiáticas en el Barcelonès. Las comarcas de Alt Penedès (72) y Urgell (52), ocupan las siguientes posiciones comarcales, destacando los municipios de Bellpuig (Urgell), Vilafranca del Penedès y Mediona (Alt Penedès) y Torroella de Montgrí (Baix Empordà). En 22 comarcas de Cataluña no están presentes y en cinco de ellas cuentan con cuatro o menos personas empadronadas, redundando en su carácter de concentración.

La comunidad japonesa destaca porque el segundo municipio de su residencia es Sant Cugat del Vallès, la ciudad metropolitana de la clase alta y el siguiente, a mucha distancia, es Cerdanyola del Vallès, vecina de la anterior. En 11 de las 31 comarcas donde están presentes su número de

empadronados es de 10 o más. La comarca de Vallès Occidental ocupa la segunda posición, seguida a distancia Maresme y de Baix Llobregat. Sus inversiones industriales están localizadas especialmente en estas comarcas. Castelldefels, Lloret de Mar, Canet de Mar, Sitges y Tortosa son municipios marítimos que cuentan con una residencia japonesa reseñable, otra característica residencial de esta comunidad.

La comunidad surcoreana muestra ciertas afinidades con la japonesa en la medida en que comparten su inversión de capital en España en sectores productivos, pero también muestra diferencias. Tras la comarca del Barcelonès, las que cuentan con mayor número de empadronados son Vallès Occidental, Baix Llobregat y Maresme, y en el resto de donde están presentes su número es relativamente pequeño. Por ejemplo en 10 de las 21 comarcas donde hay empadronados surcoreanos su número es igual o inferior a cinco personas. Cerdanyola del Vallès es el segundo municipio para los surcoreanos, seguido por Terrassa y Sant Cugat del Vallès.

Población asiática en el municipio de Barcelona

Barcelona es el mayor municipio de Cataluña y también la ciudad donde la concentración de asiáticos es mayor. De acuerdo con los datos del padrón municipal, la evolución durante los últimos años es la siguiente:

CUADRO 18
*Extranjeros y asiáticos empadronados en el municipio de Barcelona
(1996, 2001, 2006 y 2008)*

	Marzo 1996	Marzo 2001	Enero 2006	Enero 2008
Total extranjeros	29.354	74.019	260.058	280.817
Total Asia	5.576	12.175	42.507	47.302
Total Asia Central	1.998	7.012	31.462	36.378
Total SE Asia	2.103	3.543	7.434	7.826
Total Oriente Medio	672	893	1.910	1.742
Total Japón	803	736	1.701	1.356
Total Asia *	4.901	11.263	40.504	45.515

FUENTE: *La població estrangera a Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

* Se excluye Oriente Medio y Azerbaiyán, que está incluido en Asia Central.

Antes de analizar estos datos es necesario tener en cuenta que en esta clasificación general, Asia Central incluye a Azerbaiyán y a China; por su parte Sri Lanka está en el sureste Asiático y Japón constituye una categoría por sí sola. Este tipo de clasificación es peculiar respecto al servicio de estadísticas del Ayuntamiento de Barcelona y varía de las prácticas más habituales en otros lugares.

En la evolución durante la última década se observa que la proporción de los asiáticos (excluyendo a Oriente Medio y Azerbaiyán) se ha mantenido prácticamente estable, pasando del 16,7% en 1996 al 16,2% de todos los extranjeros empadronados en el municipio de Barcelona en enero de 2008. Este porcentaje es uno de los más altos de todo el Estado español y dobla el promedio de los asiáticos (incluido Oriente Medio) que siempre ha estado en torno al 7% del total de la población extranjera en España (a partir de los datos de permisos de residencia).

CUADRO 19

Empadronados asiáticos en el municipio de Barcelona (1996, 2001, 2006 y 2008)

	Marzo 1996	Enero 2001	Enero 2006	Enero 2008
Pakistán	614	3.405	14.251	15.966
China	804	2.460	11.632	12.938
Filipinas	1.854	3.176	6.660	7.023
India	509	788	3.543	4.329
Bangladesh	64	300	1.645	1.976
Japón	803	736	1.701	1.356
Nepal	4	16	211	939
Corea del Sur	149	176	438	406
Taiwan	13	38	93	107
Tailandia	25	30	80	92
Uzbekistán	0	11	45	91
Indonesia	9	20	37	76
Kazajstán	0	3	50	53
Malasia	12	25	36	38
Singapur	6	22	31	34
Vietnam	17	10	30	23
Mongolia	—	3	13	20
Sri Lanka	5	9	11	12
Kirguizistán	—	3	14	11
Corea del Norte	10	25	10	3

FUENTE: *La població estrangera a Barcelona. Gener 2008*. Ajuntament de Barcelona.

Las primeras posiciones de 1996 por volumen de población de los distintos colectivos cambia radicalmente en 2006, pues Pakistán pasa de ocupar el cuarto puesto al primero, China se mantiene en la segunda posición y Filipinas del primer lugar pasa al tercero. Japón y Corea del Sur pierden ambos una o dos posiciones. Otro fenómeno destacable es la irrupción de Bangladesh en las primeras posiciones y a más distancia también de Nepal. También la aparición de Kazajistán y Uzbekistán es reseñable, igual que el aumento de Tailandia y de Indonesia. Los distintos ritmos de crecimiento reflejan claramente las diversas dinámicas de los flujos de población de cada una de las comunidades asiáticas. Lo más destacable en la comparación entre los padrones de 2006 y 2008 es la pérdida de efectivos de Japón y de ambas Coreas.

La ciudad de Barcelona se divide en diez distritos y cada uno de ellos a su vez se divide en «zonas estadísticas» que actualmente han pasado a denominarse barrios. Los datos publicados del padrón continuo a 1 de enero de 2008 del Ayuntamiento de Barcelona no recogen todos los casos con el mismo detalle de su distribución, pero a pesar de ello podemos comentar las características generales del asentamiento de la comunidades asiáticas con mayor número de población.

En el ámbito general destaca la especial concentración de tres comunidades en el distrito de Ciutat Vella, que es el que cuenta con la mayor proporción de empadronados extranjeros de toda la ciudad en relación con el total de la población del distrito (39,7% son extranjeros). La comunidad de Bangladesh concentra en este distrito al 78,2% de toda su población en Barcelona, le siguen Filipinas (60,3%) y Pakistán (38,1%). En concreto, el barrio del Raval es el primero para el empadronamiento de bangladeshíes (74,4% del total), de filipinos (52,7% del total) y pakistaníes (30% del total), así como también para indios, aunque su proporción es mucho más baja (19,3% del total).

Las únicas comunidades que tienen a otros distritos como el primer lugar de residencia son la china que está en Eixample (29,3%) y la japonesa que se divide en proporción casi igual entre Sarrià-Sant Gervasi (26,5%) y Les Corts (22,7%), la zona más exclusiva de Barcelona. Estas comunidades también son las que tienen a menos empadronados en sus primeros barrios de asentamiento, destacando en este sentido la comunidad china con el 10% de todos sus empadronados en la zona estadística de Esquerra de l'Eixample (ahora dividido en dos barrios: Antiga y Nova Esquerra del'Eixample) y la japonesa con el 10,2% en Pedralbes y 13,1% en Sarrià.

La comunidad china, una vez más, sobresale por su gran dispersión espacial, como sucedía en las provincias de todo el Estado español, comarcal de Cataluña y por municipios de la comarca del Barcelonès. También en el municipio de Barcelona destaca por su relativamente baja concentración en un único distrito y en una única zona estadística. De hecho, si tuviéramos en cuenta su evolución temporal observaríamos que conforme pasa el tiempo y aumenta el volumen de su población, también lo hace su dispersión y menor concentración espacial en la ciudad.

La comunidad filipina se caracteriza por su especial concentración en Ciutat Vella. En sus inicios, el trabajo especializado en el servicio doméstico para la clase alta se hacía básicamente bajo el régimen de internado, pero llegó un momento en que prefirieron disponer de sus propias viviendas individuales y una de las zonas de Barcelona que ofrecía un mercado inmobiliario más barato era Ciutat Vella; este fue uno de los motivos de su asentamiento en el distrito. Su presencia en el barrio de Sant Gervasi todavía recuerda al pasado trabajo como internas.

En cuanto a la comunidad pakistaní, también se observa una importante presencia en Ciutat Vella. En 2001 reunía al 65,5% de sus empadronados en Barcelona, pero en estos momentos ha bajado de la mitad contando con el 38,1%, muy lejos del 78,2% de los bangladeshíes. De algún modo la pauta de la distribución espacial para Pakistán es la misma que para China, con la excepción del primer distrito que es diferente: Sant Martí (15,9% pakistaníes; 17,4% chinos) Sants-Montjuïc (13,7% pakistaníes; 14,6% chinos) y en cuanto a zonas estadísticas las variaciones son mayores, pues Poble Sec (8,9% pakistaníes) y Besòs-Maresme (10,9% pakistaníes) cuentan con muchos menos chinos en su distribución porcentual propia.

La comunidad india es la espacialmente menos concentrada de todas. Según los datos disponibles, el distrito de mayor concentración india es Ciutat Vella con el 24,1%, seguido de Sants-Montjuïc con el 17,7%, Nou Barris (7%) y en cuarto lugar Eixample con el 5,8%. En las zonas estadísticas Raval tiene el 19,3% de todos los empadronados en Barcelona y le sigue Poble Sec con el 6,1%, Sants (3,2%) y Besòs-Maresme (2,8%).

Con respecto a la comunidad japonesa, después de Sarrià-Sant Gervasi (28,2%) y Les Corts (25,9%) le siguen los distritos de l'Eixample (18,8%) y Ciutat Vella (8%), siendo Sarrià el barrio con una mayor concentración (13,1%), seguido de cerca por Pedralbes (10,2%). Su especial

residencia en las zonas más ricas de la ciudad se corresponde a la posición socioeconómica de los miembros de esta comunidad, una parte importante de los cuales son ejecutivos de empresas transnacionales.

De acuerdo con los datos del padrón continuo publicados, en la estructura por edad destaca la mayor presencia de menores de 15 años en el caso chino (17,6%) que casi duplica a la proporción de los pakistaníes en ese mismo grupo de edad (9,7%), mientras que los filipinos se acercan a China (15,4%). La mayor juventud del colectivo chino se reafirma en el siguiente grupo de edad (15-24 años) donde destaca sobre el resto, de este modo los menores de 24 años configuran el 35% de todos los chinos empadronados frente al 22% de los pakistaníes. Por su parte los mayores de 65 años son relativamente pocos en todas las comunidades, aunque la que cuenta con una mayor proporción es la filipina, con el 2,7%. Las más equilibradas por sexo son las comunidades china y filipina con una diferencia de seis puntos porcentuales, aunque en el primer caso la mayoría son hombres y en el segundo mujeres. Los pakistaníes solo cuentan con un 12% de mujeres, siendo un colectivo extremadamente masculinizado.

CUADRO 20

Empadronados de Pakistán, China y Filipinas por estructura de edad y sexo a 1 de enero de 2008

	Pakistán		China		Filipinas	
Total	15.966		12.938		7.023	
0-14	1.553	9,7%	2.282	17,6%	1.079	15,4%
15-24	2.015	12,6%	2.238	17,3%	729	10,4%
25-39	9.093	57,0%	5.404	41,8%	2.959	42,1%
40-64	3.247	20,3%	2.847	22,0%	2.065	29,4%
65 y más	58	0,4%	167	1,3%	191	2,7%
Hombre	14.053	88,0%	6.921	53,5%	3.233	46,0%
Mujer	1.913	12,0%	6.017	46,5%	3.790	54,0%

FUENTE: *La població estrangera a Barcelona. Gener 2008*. Ajuntament de Barcelona.

SEGUNDA PARTE

EL EMPRESARIADO ASIÁTICO EN ESPAÑA

5. Introducción a las actividades empresariales de los asiáticos en España

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

Las comunidades asiáticas en España sobresalen por su gran dinamismo económico y empresarial. Cada una posee una serie de peculiaridades que se abordarán con más detalle en los siguientes apartados dedicados a su presencia en tres de las más importantes comunidades autónomas de su asentamiento por diferentes motivos, bien por su volumen, como es el caso de Cataluña y Madrid, o bien por su historia para algunos grupos étnicos concretos, como en Canarias. Los datos oficiales sobre la actividad empresarial asiática no son de fácil acceso, por lo que a continuación ofreceremos una aproximación a los mismos de forma indirecta.

El registro de las actividades económicas empresariales de los asiáticos en España se encuentra muy fragmentado. Los datos de diferentes organismos institucionales no coinciden y por ello es necesario utilizar indicadores indirectos para determinar el volumen de su actividad empresarial. Entre las bases de datos consultadas destaca la del Círculo de Negocios de Casa Asia; la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) (Ministerio de Economía); el CIDEM-Departamento Catalán de Inversión en el Extranjero; la Oficina Económica y Cultural de Taipei (Taiwan) en España (OECT); y el Hong Kong Trade Development Council. Otras bases de datos son los registros del IAE y los de las Cámaras de Comercio, así como las embajadas, consulados y asociaciones de empresarios de cada comunidad asiática, o por sectores de actividad económica, pues todas guardan registros de empresas. Las dificultades de diversa índole para acceder a las mismas y también por la falta de desagregación de datos nos ha hecho desistir de recurrir a las últimas bases señaladas.

CUADRO 21
Empresas de asiáticos según diversas fuentes y años

	SEPI 01/10/2002		CIDEM 01/12/2004		OECT 2005
	España	Madrid	Cataluña	Cataluña	
Japón	216	68	121	144	
Taiwan	24	12	8	8	41
China				6	
Hong Kong	6	2	1	4	
Singapur			2	2	
Corea	12	6	4	10	
Total	258	88	136	174	41

FUENTE: elaboración propia.

El escaso volumen de la actividad empresarial asiática de las anteriores fuentes contrasta con noticias aparecidas en la prensa relacionadas con el fenómeno del empresariado asiático (por ejemplo, Luis Gómez, «El poder chino en España», *El País*, 27 de marzo de 2005): la existencia de 13.000 empresarios chinos —según los trabajadores autónomos de alta en la Seguridad Social—. Según el testimonio de Xu Songhua, presidente de la Asociación de Chinos en España, en todo el país había en aquel momento alrededor de 10.000 empresas:

- 4.000 restaurantes de comida china,
- 3.200 tiendas de artículos de regalo (todo a cien),
- 1.500 establecimientos de frutos secos (colmados),
- 600 almacenes mayoristas (compañías de importación),
- 80 supermercados de comida china,
- 200 talleres textiles,
- 120 establecimientos de revelado de fotos,
- peluquerías, tiendas de ordenadores, etcétera.

Dentro del mismo artículo aparece una referencia al polígono Cobo Calleja de Fuenlabrada que, según su gerente, «en 1993 había instaladas 800 empresas, las chinas apenas alcanzaban el 1%. Ahora superan el 10%, tenemos 89 empresas [chinas] dedicadas a la venta mayorista».

Según otras noticias aparecidas en la prensa durante los últimos años, por ejemplo Diego Bagnera en «Chinos en España. Todo queda en familia» (*El Semanal ABC*, nº 907, 13-19 de marzo de 2005) apunta que el 80% de los locales en Lavapiés son chinos dedicados al textil. Las concentraciones de talleres textiles se encuentran en Usera-Vallecas (Madrid) y Santa Coloma de Gramenet y Mataró (Barcelona). Para Pilar Riaño, «El centro de Barcelona triplica los negocios de inmigrantes» (*Expansión*, 25 de mayo de 2005); en su comentario del estudio del geógrafo Serra del Pozo (2006) sobre el comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona, destaca que en 2004 había 584 negocios de inmigrantes en ese distrito. La muestra de su estudio de un total de 306 negocios descubre que el 70% son de propiedad asiática: 30% pakistání (94), 17% india (52) y 16% china (49). Por su parte Pedro Blasco, «Chinatown en Madrid (I) Lavapiés» (*El Mundo*, 2 de diciembre de 2003), señala la presencia de 350 establecimientos regentados por chinos en el barrio de Lavapiés.

Existe un enorme contraste entre las cifras de las bases de datos oficiales consultadas y las noticias de la prensa: ¿cómo es posible que el CIDEM registre solamente seis empresas chinas en toda Cataluña cuando solamente en el distrito de Ciutat Vella de la ciudad de Barcelona se han contabilizado a pie de calle aproximadamente cincuenta? La paradoja de esta pregunta saca a la luz un tema clave de este estudio. Los registros oficiales tienden a reflejar especialmente las empresas extranjeras que han invertido una gran suma de capital en España o que poseen una elevada capitalización. El resto, es decir, la pequeña y mediana empresa familiar de origen extranjero, no es objeto de atención y por lo tanto no se recoge en las estadísticas.

Un índice indirecto de la actividad empresarial asiática se puede obtener a partir de las altas de trabajadores en la Seguridad Social.

Por sectores de actividad, en el año 2004 destaca Japón en la industria con el 17,6% del total de los sus afiliados en la Seguridad Social. El resto, con la excepción de Filipinas e Irán que aparecen en el cuadro 22, oscila entre el 9% de Bangladesh y el 11,9% de Corea del Sur. El trabajo en la industria es bastante significativo para casi todas las comunidades asiáticas, aunque en la mayoría de los casos se trata de trabajo asalariado, igual que en la agricultura, donde la única comunidad con una proporción reseñable es Pakistán, seguida a más distancia por India, especialmente el nuevo flujo sikh procedente del Punjab. La construcción

CUADRO 22
*Trabajadores dados de alta en la Seguridad Social por sector de actividad.
 31 de diciembre de 2004*

	Total	Agrario	Industria	Construcción	Servicios	No consta
ASIA	77.431	3.723	7.446	5.942	60.271	49
China	37.007	287	4.171	1.465	31.066	18
Pakistán	12.248	2.172	1.287	2.522	6.267	—
Filipinas	11.477	83	248	173	10.972	1
India	5.370	508	532	313	4.016	1
Bangladesh	1.605	42	144	61	1.357	1
Japón	1.638	15	288	23	1.300	12
Irán	763	14	62	66	621	—
Corea del Sur	311	1	37	6	267	—
Resto de Asia	7.012	601	677	1.313	4.405	16

FUENTE: Anuario de Estadísticas laborales y de Asuntos Sociales, 2004.

es otro sector donde están presentes, sobre todo, Pakistán, China e India. En este caso sí que se puede contabilizar un número importante de empresas.

El trabajo «por cuenta propia» y en el régimen especial de «autónomo» puede ser un indicador de actividad profesional y/o empresarial, aunque en ocasiones se oculten realidades como la de «falsos autónomos», o lo que es lo mismo, trabajadores que a pesar de estar dados de alta «por cuenta propia» trabajan como asalariados para empleadores. No obstante, esta última posibilidad es una excepción antes que la norma.

En el colectivo de trabajadores por cuenta propia se incluye el trabajo autónomo y cabe destacar los siguientes grupos:

- 1) Empresarios sin asalariados y trabajadores independientes, que representan al colectivo de trabajadores autónomos sin asalariados.
- 2) Ayudas familiares, que son personas que trabajan sin remuneración reglamentada en la empresa de un familiar con el que conviven. Son básicamente los familiares de los trabajadores autónomos.
- 3) Empleadores con hasta cuatro trabajadores.

CUADRO 23
Trabajadores asiáticos afiliados y datos de alta en la Seguridad Social a 11 de julio de 2007

	Total	Dependencia laboral				Régimen de Seguridad Social					
		% Mujer	Ajena	Propia	% Propia	Régimen general	R.E. autónomo	% Autónomo	R.E. agrario	R.E. hogar	R.E. mar
Extranjeros	2.144.008	38,78	1.892.352	252.656	11,78	1.636.000	200.392	9,34	143.634	157.937	6.045
Asia	134.119	30,80	106.501	27.618	20,59	95.426	26.194	19,53	3.089	9.112	299
China	62.709	39,40	43.131	19.557	31,18	41.651	18.890	30,12	247	1.919	2
Pakistán	24.028	2,13	21.580	2.448	10,18	20.091	2.367	9,85	1.401	156	13
Filipinas	15.232	58,11	14.769	463	3,03	9.244	176	1,15	62	5.741	9
India	11.330	12,50	9.577	1.753	15,47	8.537	1.714	20,58	712	363	4
Bangladesh	3.549	5,21	3.066	483	13,60	3.020	464	15,12	19	45	1
Japón*	1.933	44,90	1.440	493	25,50	1.414	484	25,03	6	26	3
Corea*	385	36,10	223	162	42,07	215	153	39,74	1	16	—
Tailandia*	668	40,42	619	49	7,33	575	46	6,88	21	26	—
Indonesia*	389	32,13	363	26	6,68	150	24	6,16	1	50	164
Taiwan*	133	48,12	75	58	43,60	71	53	39,84	—	9	—

FUENTE: elaboración propia a partir del Observatorio Permanente de la Inmigración. *Boletín Estadístico de Extranjería e Inmigración*, nº 13 (julio de 2007).
 * Con referencia a 11/11/2007. *Anuario Estadístico de Inmigración*, 2006.

Hay que tener en cuenta que el trabajador autónomo puede tener asalariados, del mismo modo que puede haber empresas que no tengan ningún trabajador contratado. Los autónomos son propietarios de empresas y negocios cuya mano de obra son ellos mismos o tienen contratado a un número variable de empleados a su cargo. La microempresas se definen como las que cuentan con hasta cuatro trabajadores contratados. La suma de autónomos y microempresas representan la cuarta parte de la población ocupada en el país. En España hay aproximadamente 3,5 millones de personas afiliadas al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) de la Seguridad Social. Algo más de 1,6 millones son trabajadores independientes o empresarios individuales que no cuentan con sociedad constituida ni contratan habitualmente trabajadores por cuenta ajena.

La proporción de trabajadores por cuenta propia con respecto al total de trabajadores, así como su volumen total, constituye un hecho sobresaliente para la mayoría de las comunidades asiáticas. Los 27.618 trabajadores por cuenta propia activos en julio de 2007 representan al 20% del total de los asiáticos dados de alta en la Seguridad Social: China (19.557), Pakistán (2.448) e India (1.753), en su conjunto representan al 86% del total de los trabajadores por cuenta propia procedentes de Asia. A continuación, y ya a distancia le siguen Japón (493), Bangladesh (483), Filipinas (463) y Corea (223), quedando Taiwan (28), Tailandia (49) e Indonesia (26) en última posición.

En la proporción de trabajadores por cuenta propia con respecto al total destacan en primer lugar Taiwan con el 43% y Corea (42%), seguidas por China (31%) y Japón (25%). India, Bangladesh y Pakistán se encuentran entre el 15% y el 10%. Filipinas, con el 3% de trabajadores por cuenta propia (463 trabajadores en cifras absolutas) es la que cuenta con el porcentaje más bajo, alejándose del resto de los asiáticos aquí considerados.

A este indicador indirecto de actividad empresarial es necesario sumar otro que, aunque aparentemente resulte más indirecto, en realidad incide en el incremento de la actividad empresarial. Nos referimos a los ciudadanos asiáticos que han adquirido la nacionalidad española después de un período de residencia oficial de, al menos, diez años (con la excepción de Filipinas, que ha disfrutado de un tratamiento especial por tratarse de una antigua colonia española). Para las comunidades china, india, pakistaní, taiwanesa, japonesa y coreana —una vez más excluyen-

CUADRO 24
Nacionalizados (1985-2006)

	1985- 1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000- 2006	1985- 2006
Filipinas	4.773	365	554	831	670	800	680	762	4.762	9.535
China	1.400	240	263	308	396	318	493	413	2.431	3.831
India	1.837	232	287	271	291	295	248	250	1.974	3.811
Pakistán	568	60	89	80	114	153	147	s.d.	643	1.211
Corea Sur	302	57	53	67	93	84	48	s.d.	402	704
Bangladesh	32	6	22	13	29	29	26	s.d.	125	157
Tailandia	64	2	8	8	8	10	s.d.	s.d.	36	100
Japón	48	9	10	6	6	s.d.	s.d.	s.d.	31	79
Taiwan	s.d.	4	5	14	11	13	s.d.	s.d.	47	—

FUENTES: INE. *Anuario estadístico de España*, 2004. *Anuario estadístico de migraciones*, 2006.

do a la filipina—, por conocimiento de primera mano de investigaciones anteriores y del trabajo de campo de la presente, se puede afirmar que la mayoría de sus miembros nacionalizados españoles son también empresarios, pues coinciden con los que llevan más tiempo residiendo en España y han tenido más oportunidades para acumular capital y obtener éxito económico. Por ejemplo, muchos restaurantes de comida china son propiedad de ciudadanos españoles de origen chino. Por lo tanto, si sumamos el número de nacionalizados a los trabajadores por cuenta propia nos aproximamos un poco más al volumen real del empresariado asiático en España (salvo para el caso de Filipinas).

Las cifras de la suma de los nacionalizados durante los últimos veinte años (1985-2006) con los trabajadores por cuenta propia a mediados de 2007 arroja como resultado 23.388 chinos, 5.564 indios, 3.659 pakistaníes, 866 coreanos, 640 bangladeshíes y 572 japoneses, aunque puedan resultar sobrevaloradas al no tener en cuenta otras variables como el número de nacionalizados fallecidos desde el año 1985 en adelante o el número de familiares dependientes (hijos menores de edad, amas de casa, etc.) dentro del conjunto de los nacionalizados, pues carecemos de datos al respecto; pero representan, de cualquier modo, una aproximación más cercana al peso empresarial asiático que podemos situar en una horquilla de entre 25.000 y 35.000 empresas. Para obtener esta cifra partimos de la

CUADRO 25
Nacionalizados y trabajadores por cuenta propia procedentes de Asia

	Nacionalizados 1985-2006	Cuenta propia 11/7/2007	Total
Filipinas	9.535	463	9.998
China	3.831	19.557	23.388
India	3.811	1.753	5.564
Pakistán	1.211	2.448	3.659
Corea del Sur	704	162	866
Bangladesh	157	483	640
Tailandia	100	49	149
Japón	79	493	572
Taiwan	47	58	105
Total seleccionados (sin Filipinas)	9.940	25.003	34.943

FUENTE: INE. *Anuario estadístico de España*, 2004. *Anuario estadístico de migraciones*, 2003.

base de que ni todos los trabajadores por cuenta propia (25.003) son empresarios ni todos los nacionalizados (9.940) tampoco, pero sí una proporción relativamente elevada de los mismos (salvo para el caso de los filipinos, que excluimos en la estimación). Esta cifra ha aumentado en la actualidad aunque los datos publicados desagregados todavía no están disponibles: por ejemplo, a finales de mayo de 2008 ya había 2.422 trabajadores autónomos chinos más que en julio de 2007.

La diferencia entre esta cifra, que en su promedio sería de 30.000 empresarios asiáticos para el año 2007, resultado de una estimación indirecta, y los datos de los registros oficiales enumerados al comienzo, que en ninguna ocasión superan las 300 empresas, es realmente desproporcionada y necesita una explicación. La investigación que hemos llevado a cabo ha tratado de dilucidar este dilema alejándose del terreno de la especulación. El motivo de la gran diferencia es sencillo. Las bases de datos del SEPI no incluyen a la pequeña y mediana empresa familiar, que constituye la mayoría absoluta del empresariado asiático en España.

Entre los trabajadores asiáticos por cuenta propia —solo del régimen de autónomos— las actividades económicas más habituales eran el

comercio al por menor y la hostelería, seguidas del comercio al por mayor, construcción, confección y otras actividades empresariales. El comercio al por menor es la actividad más importante en todas las nacionalidades —especialmente entre chinos, indios, pakistaníes y coreanos— excepto en el caso de japoneses y filipinos, donde la hostelería ofrece cifras más elevadas. Entre los japoneses destaca el comercio al por mayor, mientras que entre los chinos también es elevado el peso del sector de la confección.

Las investigaciones realizadas sobre las actividades económicas de las diferentes comunidades asiáticas en España comenzaron con la obra pionera de Murcia (1974) que hace tres décadas analizó la presencia india en la ciudad de Tenerife. Durante la década de 1990 se llevaron a cabo varios trabajos sobre los japoneses como los de Díaz y Kawamura (1994); Ramos Alonso y Ruiz Ruiz (1996); y Valls (1998). Con el comienzo del nuevo milenio aparecieron contribuciones relacionadas específicamente con la comunidad china como las obras de Beltrán Antolín (2000, 2004a, 2004b, 2005); Beltrán Antolín y Sáiz López (2002, 2003a, 2005); Sáiz López (2005a, 2005b); y Cachón (2005) que analiza exclusivamente el caso de los empresarios chinos en Elche.

Entre las obras no específicamente centradas en el análisis de la actividad económica de las comunidades asiáticas, pero donde se incluyen referencias a las mismas cabe destacar los trabajos del Colectivo IOE (1999, 2001) para toda España. En Madrid las contribuciones de Buckley Iglesias (1998); Cebrián y Bodega (2002). Y en Barcelona las de Morenas (2002); Aramburu (2002); Solé y Parella (2005); y Serra del Pozo (2006).

La localización de las empresas asiáticas oscila entre la concentración y la dispersión geográfica, dependiendo de comunidades y sectores. Las concentraciones se producen en determinados polígonos industriales y barrios de ciudades, pero simultáneamente también se despliegan estrategias de dispersión, como para el caso tradicional de los empresarios chinos de la restauración, algo que ahora también afecta a las tiendas de regalos —bazares, multiprecio—, de ropa y zapaterías que se expanden por todo el territorio de España, constituyendo una de las comunidades de origen extranjero más dispersas en el país, la que cuenta con residentes en más municipios de España realizando actividades empresariales.

Otra característica importante es que la mayor parte de la actividad empresarial asiática en España se dirige hacia la sociedad general en di-

ferentes sectores económicos (industria, servicios, comercio, construcción) y no tanto hacia los coétnicos. No obstante, también es reseñable que con el aumento del volumen de la población de cada una de las comunidades asiáticas se han establecido empresas orientadas a servir las necesidades específicas de sus miembros, especialmente en zonas con una considerable concentración residencial y/o de negocios habitadas por los mismos.

En los siguientes apartados se analizará con detalle el asentamiento de la población y la localización de las actividades económicas de los asiáticos en Cataluña, Madrid y Canarias, pero no hay que olvidar que en otros lugares de España también están presentes, tanto concentrados como dispersos. Por ejemplo, la ciudad de Valencia (en las cercanías de la estación de ferrocarril) y la ciudad de Alicante (en torno a la estación de autobuses) han experimentado el fenómeno de concentración espacial de negocios chinos que también se observa en otras ciudades de la comunidad valenciana como en Benidorm (comercio al por menor) o en Elche (comercio al por mayor de calzado). En los últimos años la apertura de nuevos negocios de la comunidad china en diversas ciudades de España ha dado lugar a la aparición de pequeñas concentraciones que llaman la atención de la opinión pública. Por ejemplo, en el País Vasco se contabilizan 350 comercios de más de 150 metros cuadrados propiedad de asiáticos (fundamentalmente chinos) en junio de 2008.

Aquí señalamos una serie de datos sobre actividad empresarial aparecidos en diferentes medios de comunicación:

a) Chinos:

- 33 bazares chinos en Valladolid (julio de 2007).
- Málaga. Polígono de Guadalhorce (febrero de 2006).
- 13 comercios chinos en Ronda de Capuchinos, Sevilla (marzo de 2008).
- Polígono Store de Sevilla: 50 almacenes de ropa y productos de bazares (marzo de 2008).
- 300 bazares y 200 restaurantes en la comunidad valenciana (febrero de 2008).
- Concentración especial de negocios chinos en la ciudad de Valencia en las calles Bailén, Pelayo y Convento de Jerusalén.
- Polígono industrial de Manises (Valencia).

- Estación de autobuses de Alicante, donde llegaron a concentrarse a partir de 2001 alrededor de 80 tiendas y almacenes de venta al por mayor de chinos y árabes (Alicante, febrero de 2008).
- Polígono industrial de El Carrús, en Elche, concentración de mayoristas de calzado chinos.
- Polígono Boch en Crevillente.
- Benidorm: 180 comercios y 45 restaurantes chinos (febrero de 2006).
- 500 bazares en Euzkadi de los que 350 están regentados por asiáticos (julio de 2008).
- 85 comercios al por menor de toda clase de artículos, que en su mayoría están regentados por personas de origen asiático. Vitoria (marzo de 2008).
- Badajoz: Polígono el Nevero. Mérida 10 negocios.

b) Pakistaníes

- Linares (Jaén): venta ambulante.
- Bembibre (León); Sonseca (Toledo); Utrillas (Teruel): fundamentalmente trabajo asalariado, pero también establecimiento de algunos negocios.
- Valencia y Castellón: inmobiliarias.

c) Indios

- Ceuta y Melilla: bazares.
- Málaga: bazares, tiendas de artículos de lujo, importadores.
- Andorra y Gibraltar: bazares, electrónica, tiendas de artículos de lujo, importadores.

En un estudio realizado por Quota Research, titulado *El comercio de bazar y tiendas de conveniencia no integradas [en cadenas]* para el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en diciembre de 2005, se señala la importancia de la presencia asiática en estas actividades económicas: bazares al por menor y al por mayor y tiendas de conveniencia. Su estimación es de 16.000 establecimientos en toda España. La muestra de 536 entrevistas a responsables/gerentes de comercios minoristas y 114 entrevistas a mayoristas de toda España pretende ser representativa.

CUADRO 26
*Porcentaje de comercios minoristas y mayoristas (bazares y tiendas de
 conveniencia) por nacionalidad*

	Minoristas	Mayoristas
España	46	54
China	26	29
Pakistán	7	
Otros Asia (India, Corea, Irán)	6	
India	—	2
Marruecos	6	
América del Sur	6	
Otros	3	13

FUENTE: elaboración propia a partir de Quota Research, *El comercio de bazar y tiendas de conveniencia no integradas [en cadenas]*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2005.

De acuerdo con la estimación del anterior estudio, en 2005 el 39% de los comercios de bazar y tiendas de conveniencia no integradas en cadenas sería propiedad de asiáticos, lo que supone un total de 6.240 en toda España.

Finalmente en la actualidad hay otro tipo de fenómeno que también afecta a la dispersión de las empresas propiedad de asiáticos. La nueva tendencia donde primero se ha desarrollado es en las grandes ciudades, pero progresivamente se va ampliando a núcleos urbanos más pequeños. Se trata del traspaso de bares, cafeterías y restaurantes de propiedad nativa que son adquiridos por asiáticos ante la falta de recambio generacional en la empresa. La generación mayor que alcanza la edad de la jubilación se ve abocada a cerrar el negocio porque la generación más joven tiene otras expectativas diferentes frente a continuar con el negocio familiar de servicio en bares. Los asiáticos traspasan estos bares y cafeterías sin introducir ningún cambio significativo en su oferta de servicio, pues lo importante es la adquisición de una clientela y su mantenimiento. A veces los pakistaníes introducen a la oferta tradicional del bar la novedad del kebab, pero no siempre, ni necesariamente. En general los chinos no cambian nada y pronto aprenden a elaborar la oferta culinaria (tapas, pinchos, aperitivos, comidas de menú, etc.) típicas del lugar donde se encuentran localizados.

6. Canarias, tierra de instalación de comunidades extranjeras dedicadas al comercio

Ana María López Sala y Valeriano Esteban Sánchez

Ramón se enroló en Cádiz. La primera escala del barco fue en Santa Cruz de Tenerife, a un día y medio de la partida. Entraron por la noche, poco después de oscurecer [...] Tan pronto como el barco ancló, una multitud de buhoneros hindúes subió a bordo con encajes y mercaderías bordadas para los pasajeros que no quisieran desembarcar. Se instalaron en la cubierta de primera clase, sin molestarse en bajar a tercera, donde Ramón era lavaplatos en la cocina de los pasajeros.

PAUL BOWLES, The fourth day out from Santa Cruz. Collected Stories and Later Writings

La historia de las comunidades extranjeras dedicadas al comercio

La localización geográfica de Canarias, en la intersección entre Europa, África y América, ha dotado a este territorio de un especial protagonismo en los flujos comerciales y de población entre estos continentes desde su incorporación a la Corona castellana en el siglo xv. La historia moderna de Canarias difícilmente sería comprensible sin tener presente su componente migratorio. Colonizada a partir de la expansión ultramarina de Portugal y de Castilla, y tras el desplome demográfico de su población después de la conquista, a su territorio se fueron desplazando durante siglos castellanos, andaluces, portugueses, aragoneses, genoveses, franceses, británicos y flamencos atraídos por las oportunidades económicas y comerciales. También llegaron voluntariamente o de forma forzosa otras poblaciones procedentes del cercano continente africano.¹⁴ Su localización en el espacio abierto del Atlántico, en las rutas hacia América, así como su proximidad al continente africano, han hecho de este archipiélago un punto nodal, un cruce de caminos, un crisol donde confluían colonos, comerciantes, administradores y marineros.

No se puede afirmar que el establecimiento en territorio canario

para la realización de actividades comerciales sea un fenómeno reciente, sino que tiene una larga tradición que se remonta hasta siglos atrás, iniciándose en fecha tan temprana como el *xvi*. En un primer momento se instalaron en Canarias ciudadanos portugueses y genoveses y posteriormente, ya entrados los siglos *xvii* y *xviii*, flamencos, ingleses, franceses y holandeses. Este establecimiento fue favorecido por la Corona de Castilla, que no exigió ninguna condición: ni la naturalidad, ni la limpieza de sangre. La rentabilidad de la caña de azúcar y posteriormente del vino, impulsó una economía agroexportadora que requería trabajadores e intermediarios. Así, los estudios históricos que se han detenido en la investigación sobre los comerciantes extranjeros y sus organizaciones han indicado que ya a finales del siglo *xvi* aparecían en Canarias las muestras más tempranas de organización familiar mercantil entre los genoveses. Posteriormente también se activó la llegada de otros europeos para trabajar en el comercio utilizando frecuentemente tanto la figura jurídica del contrato de aprendizaje como el recurso a la colocación por parte de familiares y amigos ya establecidos (Fajardo, 2008).¹⁵

La posición geográfica del archipiélago tuvo un papel fundamental en su configuración como primera economía monetaria del Atlántico (Macías, 2003). Este dinamismo económico en el denominado por el historiador económico Antonio Macías, modelo atlántico, ha explicado en cierta medida no solo la dinámica migratoria cíclica del archipiélago,¹⁶ sino también el impulso del asentamiento de comunidades de origen extranjero para dedicarse al comercio y la vocación internacional de su economía durante toda la Edad Moderna.¹⁷ De forma adicional y durante siglos, las libertades comerciales y el especial trato fiscal por parte de la Corona y, posteriormente, de los gobiernos españoles, facilitaron el asentamiento de comerciantes europeos, así como procedentes de áreas mucho más lejanas del mundo, un fenómeno que se consolida con los puertos francos desde mediados del siglo *xix* y con el mantenimiento de su posición en las rutas comerciales y de pasajeros hacia el continente americano.

En definitiva, a pesar de que Canarias es considerada habitualmente en la literatura especializada como una de las regiones españolas que nutrieron durante décadas la emigración exterior, puede afirmarse también que se trata posiblemente de la primera y más antigua región receptora de población extranjera. Las especiales condiciones geográficas y económicas del archipiélago, que pueden ser consideradas poderosas fuer-

zas de atracción, explican en gran parte la larga vocación empresarial y comercial de las comunidades extranjeras asentadas, mucho antes de la transformación más reciente de Canarias, al igual que el resto del territorio nacional, en región de inmigración.

El resultado es la presencia en el archipiélago de algunas comunidades que dotan a su historia reciente de un carácter singular en esta materia, más allá de la tradicional llegada de naturales europeos. Esta diversidad en la procedencia y su particularidad, que cobra un nuevo impulso durante la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del XX, se explican en parte como consecuencia de su transformación en zona franca.

La presencia continuada de la comunidad islámica en el archipiélago canario se remonta a principios del siglo XX cuando arribaron a las costas los primeros inmigrantes árabes musulmanes y cristianos. Este movimiento migratorio, único en el panorama español, estaba formado por ciudadanos sirios, libaneses y palestinos. Algunos de sus miembros, de paso por los puertos isleños en dirección a América, decidieron establecerse por las oportunidades comerciales que ofrecía el archipiélago y su régimen económico especial (Abu-Tarbut, 2001, 2002).¹⁸ Los libaneses, sirios y palestinos se dedicaron tradicionalmente al comercio al por menor, especialmente los primeros, y la estrategia intergeneracional de movilidad social se basó mayoritariamente en los credenciales. De ahí el elevado número de profesionales de origen libanés que encontramos en el archipiélago en la actualidad. Su integración en la sociedad canaria ha sido percibida por la propia comunidad como un proceso suave en donde las diferencias religiosas no tuvieron especial protagonismo, a pesar de que los más mayores mantuvieron su afiliación religiosa y siguieron las prescripciones musulmanas, como la prohibición de la ingesta de carne de cerdo y de alcohol. Sin embargo, la mayoría conformó nuevas familias en destino a través de matrimonios mixtos y educaron a sus hijos en colegios religiosos. Wehbe y Hayek son algunos de los apellidos de origen libanés que se mantienen como resultado de este flujo antiguo.

La pesca y el tráfico marítimo vinculado al Puerto de la Luz, en Las Palmas de Gran Canaria, también impulsaron el establecimiento de pequeñas comunidades de japoneses, coreanos y ciudadanos rusos. Los ciudadanos coreanos se establecieron a partir de 1966 y desarrollaron actividades vinculadas a la importación y exportación de pescado y a la pesca, a la alimentación con restaurantes dirigidos a sus connacionales. Un gru-

po importante de la comunidad estuvo conformado por armadores y marineros. En los años sesenta, un acuerdo pesquero entre España y Corea permitió a la flota coreana pescar en el banco canario-africano. Dos atuneros, primero, y dos arrastreros, después, fueron la semilla de la que se convertiría décadas más tarde en una de las flotas más consolidadas del Puerto de La Luz, que llegó a estar compuesta en su mejor época por más de 70 barcos. La extinción de los acuerdos y el agotamiento de parte de los bancos han ido reduciendo paulatinamente la flota en los últimos años. En la actualidad está compuesta por unos 30 barcos y se desplaza desde Canarias a aguas de Senegal, Guinea Conakry, Gabón y Angola.

La reducción de la flota también ha provocado una disminución del volumen de residentes, que se ha reducido prácticamente a la mitad. Frente a los 3.000 coreanos que formaron la colonia en Canarias en los tiempos más prósperos de la flota (hasta finales de los años setenta), se ha pasado a un volumen entre 1.200 y 1.500 personas, dependiendo de la fuente consultada.¹⁹ La centralidad de la actividad pesquera en la vida de la comunidad explica su concentración residencial en la ciudad de Las Palmas.²⁰ El trabajo de campo realizado nos indica que hoy es una comunidad que desarrolla una intensa actividad comercial transnacional, especialmente los armadores y empresarios, a través de frecuentes visitas al sureste asiático, Estados Unidos y países africanos.

Aunque en Canarias encontramos ciudadanos coreanos de segunda y tercera generación, muchos de los hijos de los que se emplearon en un primer momento como marineros, y posteriormente se hicieron empresarios, se desplazaron a estudiar al exterior del archipiélago —como parte de una estrategia similar de movilidad social ascendente a través de credenciales— y no han regresado. Ha sido muy frecuente, por tanto, el traslado de las nuevas generaciones a otros lugares del mundo, profesionalizándose y no volviendo al archipiélago.²¹ Otros, una minoría, han mantenido los negocios familiares o han regresado después de trabajar y estudiar en el exterior, fundamentalmente en Estados Unidos y Asia.²²

Pero quizá la comunidad histórica más singular y, sobre todo, más importante en cuanto al volumen de personas y a la intensidad de su actividad comercial en Canarias ha sido la conformada por los empresarios sindhis. La comunidad indostánica en Canarias ha estado compuesta mayoritariamente por naturales de la provincia de Sindh; apenas encontramos gujaratis, parsis o miembros de otras comunidades diaspóricas con una larga tradición comercial.

Los primeros ciudadanos indios se establecieron en las islas a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, acompañando la instalación de pequeños grupos de comerciantes árabes y judíos y atraídos por el sistema de puertos francos que, como hemos visto, se implantó en el archipiélago a mediados del XIX.²³ Las oportunidades de negocio, así como su proximidad con otros enclaves de establecimiento de la comunidad, como Gibraltar y el Magreb, explican la llegada e instalación de los primeros miembros de esta diáspora comercial. Además Canarias se encontraba en el extremo de la expansión en el Mediterráneo y constituyó un punto clave de conexión en la vía hacia el continente africano y Latinoamérica.

La fecha exacta del establecimiento de los primeros ciudadanos sindhis en suelo canario varía según la fuente. Murcia (1974) señalaba como fecha probable de esta instalación la década de 1880, coincidiendo con las corrientes migratorias de miembros de este grupo hacia otros enclaves cercanos, en especial Tánger, Casablanca y Gibraltar; mientras que el estudio de Markovits data este establecimiento de una fecha cercana a 1890. La información obtenida en las entrevistas a informantes de la propia comunidad, así como la información consular es mucho más precisa. Los sindhis que residen en Canarias indican que la llegada de la primera familia a España,²⁴ es decir al archipiélago canario, se produjo en 1895, en concreto a la ciudad de Las Palmas donde se instalaron y abrieron sus primeros negocios, precisamente en la tradicional calle comercial (Triana) de la ciudad. Estos mismos informantes indican que en los años finales del siglo XIX se establecieron más familias, como los Metharam o los Chanrai, no solo en Las Palmas, sino también en Santa Cruz de Tenerife.

Aunque nos detendremos con más detenimiento en el capítulo dedicado a los comerciantes sindhis, el flujo se incrementó en determinados momentos del siglo XX, especialmente durante las dos primeras décadas, y de nuevo desde finales de los cincuenta hasta los setenta. Este flujo tuvo orígenes diversos. Muchos procedían de Tánger, Marruecos y Gibraltar, al menos en el caso de los flujos más antiguos. Las procedencias se diversificaron posteriormente, desde los años cincuenta, instalándose sindhis procedentes de lugares tan distintos como India, Hong Kong, Vietnam o Ghana. Así es posible elaborar, en el caso de esta comunidad, una pauta de establecimiento con distintas etapas en donde ha cambiado el tipo de flujo y su procedencia, y además su actividad comercial se ha ido trans-

formando de acuerdo con las oportunidades que ofrecía el archipiélago en el contexto de la dinámica económica internacional.

La residencia e instalación de negocios se realizó en las dos capitales de provincia, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife, que hoy siguen siendo dos núcleos de residencia de los comerciantes junto con los municipios de las zonas turísticas. Los negocios se localizaron desde el primer momento en las vías principales de los centros comerciales de las ciudades, en las proximidades de los puertos y, posteriormente, en los paseos marítimos y vías comerciales de las zonas turísticas más prósperas y accesibles.

La actividad económica de los inmigrantes asiáticos y la localización de los negocios

En el año 2005, de acuerdo con datos del Observatorio del Empleo de Canarias, el 17,6% de los contratos realizados en el archipiélago correspondía a ciudadanos extranjeros. Este porcentaje se ha elevado hasta el 20,3% del total, según los datos de este organismo de la Consejería de Empleo en 2007. Casi la mitad corresponden a ciudadanos de seis nacionalidades: Colombia, Marruecos, Italia, Cuba, Venezuela y Alemania. En el conjunto del archipiélago, y según los datos disponibles más recientes de junio de 2008, el 48,2% de los contratos se realizó a extranjeros procedentes de Iberoamérica, el 32,4% a europeos, el 14,2% a africanos y el 4,8% a asiáticos.

Algunos municipios ya citados por la presencia de comunidades asiáticas aparecen también como zonas donde la contratación de extranjeros está muy por encima de la media de la región: es el caso de La Oliva (47,8%) en la isla de Fuerteventura, Tías (47,8%) y Teguiise (47,7%) en Lanzarote, Arona (42,5%) y Adeje (43,5%) en Tenerife y Mogán (35,9%) y San Bartolomé de Tirajana (28,5%) en Gran Canaria.

En Tenerife, el 53,86% de los trabajadores autónomos asiáticos corresponde a chinos y el 41,6% son indios. Estas dos nacionalidades concentran más del 90% de los autónomos en esta provincia. Esta distribución es más heterogénea en Las Palmas de Gran Canaria debido a la presencia de una tercera comunidad. Los chinos suponen el 64,6% de los autónomos, los indios el 24,4%, los coreanos el 7,8% y los japoneses el 1,3%.

CUADRO 27
*Trabajadores asiáticos por cuenta propia (solo régimen de autónomos) en
 Canarias (2007)*

	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas de Gran Canaria
Chinos	362	646
Indios	280	244
Coreanos	7	74
Pakistaníes	10	4
Japoneses	2	13
Total	672	1.000

FUENTE: explotación de los datos de la Tesorería general de la Seguridad Social.

CUADRO 28
*Trabajadores asiáticos por cuenta propia (solo régimen de autónomos) en
 Canarias (2007) en porcentajes*

	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas de Gran Canaria
Comercio al por menor	54,2	49,4
Hostelería	38,1	37,1
Comercio al por mayor	4,6	6,2
Otros	3,1	7,3
Total	100	100

FUENTE: explotación de los datos de la Tesorería general de la Seguridad Social.

Los datos de la Seguridad Social de los inmigrantes asiáticos por cuenta propia — solo del régimen de autónomos — residentes en el archipiélago también muestran el peso, como en el conjunto del país, de la dedicación al comercio al por menor. Otros sectores importantes son la hostelería, las actividades inmobiliarias, las recreativas, la fabricación de muebles y el comercio al por mayor. A mediados de 2007, los asiáticos agrupados dentro de esta categoría ascendían a 1.672 personas. En cuanto al reparto entre las provincias canarias, el peso del comercio al por menor

era ligeramente mayor en la provincia de Tenerife (54,2% frente al 49,4% en Gran Canaria), y los porcentajes eran muy equilibrados en el caso de la hostelería. Por el contrario, el porcentaje de los autónomos dedicados al comercio al por mayor en la provincia de Las Palmas de Gran Canaria era superior (6,2% frente al 4,6% de Tenerife) a mediados de 2007.

La actividad empresarial de los ciudadanos asiáticos, especialmente entre los miembros de la comunidad india, ha sido particularmente activa en el pasado. Hoy, y tras las llegadas de las últimas décadas, indios, chinos y coreanos destacan por sus actividades comerciales en esta región. La creación de negocios étnicos en las sociedades receptoras no es un fenómeno nuevo. Sin embargo, a lo largo de los últimos años hemos asistido a un destacado incremento de la inversión y del empresariado de origen extranjero en las economías desarrolladas. Este aspecto ha transformado a los estudios sobre empresariado étnico en una de las líneas de investigación prioritarias en la sociología y la antropología de las migraciones a partir, especialmente, de dos preguntas de trabajo. En primer lugar, cuáles son los determinantes de la inversión empresarial entre los inmigrantes, es decir, cuáles son los elementos que explican por qué la propensión a la creación de negocios es mucho más elevada en el caso de algunos grupos, como los asiáticos. Cuáles serían, por tanto, los elementos que hacen posible que determinadas comunidades emprendan este tipo de actividad y tengan elevados niveles de éxito en esta empresa (Zhou, 2004). En segundo lugar, los estudios se han dirigido a dilucidar si la realización de actividades comerciales se ha convertido en un mecanismo efectivo de movilidad social ascendente, así como los efectos de esta estrategia en la propia comunidad (introduciendo la idea de *community building*); de ahí la emergencia de los conceptos de economía de enclave y de la conexión en el análisis entre empresariado étnico y transnacionalismo.²⁵

A pesar de su escaso volumen en comparación con otras comunidades, como la latinoamericana, en el caso de los ciudadanos asiáticos destaca el peso de las iniciativas empresariales emprendidas y su relevancia económica en el archipiélago. En el caso de los indios, su localización en este territorio fue el resultado, como veremos en un apartado posterior, de la búsqueda de espacios de inversión y oportunidades económicas de esta diáspora comercial extendida por todo el mundo. El asentamiento en otras localizaciones cercanas, como Gibraltar o Tánger, permitió a los primeros miembros de la comunidad valorar las oportunidades que ofre-

cía esta región a través de las intensas relaciones transnacionales y de intercambios de información y ayuda mutua con otros miembros de la diáspora. Los indios se establecen en Canarias para hacer negocios, una estrategia que articula la toma de decisiones y que se convierte en el centro de la vida de la comunidad. En definitiva, entre los ciudadanos de origen indio la dedicación a los negocios es uno de los rasgos idiosincrásicos de su estrategia tradicional de establecimiento y de integración económica.

Como se ha visto a través del trabajo de campo, desde pequeños los niños de la comunidad se socializan en la actividad empresarial y en el conocimiento del funcionamiento de los negocios, que centran gran parte de la vida cotidiana de la familia. Esta forma de aprendizaje informal de la dinámica de los negocios, supone también una forma de socialización en los valores y la ética ligada al ejercicio de actividades empresariales y funciona como un mecanismo indirecto de mantenimiento intergeneracional de esta actividad. Los sindhis perciben el comercio y la dedicación a los negocios como una forma de vida, algo intrínseco a la identidad de la comunidad.²⁶

Los sindhis han conformado un colectivo particularmente exitoso en términos económicos, propietarios durante décadas de algunos de los negocios más importantes del archipiélago, no solo en volumen sino de tradición, como Maya (unos grandes almacenes similares a El Corte Inglés) o Visanta, con una clara presencia y visibilidad en las más importantes arterias comerciales de las capitales y de los principales municipios turísticos no solo de las islas capitalinas, sino de Lanzarote y Fuerteventura.

Los negocios regentados por ciudadanos chinos y coreanos son más recientes. La presencia de restaurantes de comida china en las capitales y los núcleos turísticos más antiguos data de los años setenta. Su localización en municipios de la costa se explica principalmente porque la mayor parte de su clientela estaba constituida hasta la década de 1990 por turistas europeos. La intensificación de los negocios regentados por chinos se produce a finales de los años noventa, de forma paralela a la intensificación de su instalación en el archipiélago. Se trata de la comunidad asiática más dispersa en el territorio —se localiza en la mayoría de los municipios y en todos los barrios— pero también se observa, en los últimos años, cierta concentración en dos zonas centrales de las dos capitales de provincia en las proximidades del Puerto, en la Isleta, en Las Palmas, y en el perímetro entre la plaza Isla de la Madera, calle de la Noria, Imeldo Se-

rís y la calle Candelaria en Santa Cruz de Tenerife. Por tanto, es posible que nos encontremos ante un proceso de formación de dos enclaves o dos pequeños distritos chinos en las ciudades capitalinas de Canarias. Los comercios al por menor regentados por chinos se dedican mayoritariamente a la venta de textiles y zapatos. También destacan los pequeños bazares de productos de todo a un euro y las tiendas de alimentación. La comunidad coreana se dedica a negocios de importación de pescado, a la venta de textiles y regenta tiendas de alimentación y de productos de Corea.

Los negocios regentados por asiáticos se encuentran localizados en zonas de alta accesibilidad y muestran un grado concreto de concentración espacial. A partir del reconocimiento territorial podemos afirmar que en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria existen cuatro núcleos principales.

El primero se localiza en torno a la playa de las Canteras, en los laterales del propio paseo y en las calles paralelas en dirección al Puerto de La Luz, y en las inmediaciones del parque de Santa Catalina. En esta zona se encontraba la mayor parte de los comercios de electrónica, propiedad de ciudadanos de origen indio. Muchos de estos negocios han desaparecido, siendo sustituidos por otro tipo de establecimientos, pero todavía se mantiene un número importante y sigue siendo un referente entre la población local a la hora de acudir a comprar este tipo de productos. Se podría calificar como una zona tradicional de economía étnica en declive, en parte debido al proceso de deterioro social y arquitectónico que ha sufrido algunas zonas de esta área de la capital.

Otro de los núcleos es el que se localiza en las inmediaciones de la calle Mayor de Triana, la calle comercial de mayor tradición en Las Palmas, y la calle León y Castillo en los barrios de Arenales, Triana y San Telmo. Estas conforman una de las principales áreas comerciales de la ciudad en donde el negocio de indios y chinos se compaginan y alternan con los negocios autóctonos, manteniéndose perfectamente integrado en la vida comercial de la ciudad. Este tipo de negocios no tiene una gran visibilidad externa y parece adaptarse a la dinámica comercial general, excepto en el caso de los restaurantes chinos. Los comercios indios son de electrónica y grandes almacenes; mientras que los ciudadanos chinos regentan restaurantes, bazares, tiendas de alimentación y de productos textiles y bolsos, aunque también tienen tiendas de muebles. Asimismo surgen algunas tiendas de material fotográfico y de suministros informáticos. En esta área se encuentran, además, algunos de los comercios de

mayor tradición, como Maya y Visanta, junto a instituciones importantes de la vida económica de la isla, como la Cámara de Comercio y la Confederación Canaria de Empresarios.

Otro de los núcleos principales y en expansión se localiza en el barrio de Alcaravaneras, en torno al mercado central. En esta zona se han instalado muchos negocios nuevos en los últimos años. La calle Valencia y Barcelona concentran una buena parte de los negocios más recientes. Se trata de una zona donde no hay negocios indios. Los establecimientos chinos incluyen bazares, restaurantes, tiendas de productos textiles y de fotografía. Los negocios coreanos son supermercados, tiendas de alimentación y de productos medicinales.

Uno de los centros de mayor interés es el que se localiza en torno a la calle La Naval en el barrio de la Isleta. Se trataba de una zona tradicional de tiendas de electrónica indias que en los últimos años ha sufrido un proceso de sustitución y expansión por parte de comercios chinos y coreanos. En esta zona han experimentado un gran crecimiento las tiendas de textiles al por mayor y los negocios de alimentación. Además se trata de una de las áreas en donde se han producido algunos problemas con la población por la oposición de los comerciantes locales a la instalación de tiendas.²⁷ Aunque todavía se mantienen algunos negocios textiles, también en manos de ciudadanos indios, esta zona presenta la mayor concentración de negocios chinos de Las Palmas, un área tradicionalmente degradada que en la última década ha experimentado un proceso de *gentrificación* por su centralidad y accesibilidad a las Canteras y al Puerto de La Luz.

En el caso de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, los negocios indios son, casi exclusivamente, de electrónica. Estos negocios se concentran en torno a tres arterias comerciales de la ciudad. Algunas de ellas, como la calle Castillo, son muy visitadas por los turistas que llegan a la capital en viajes organizados desde los centros turísticos del norte y el sur de la isla y, sobre todo, en los últimos años en los cruceros que hacen escala en la capital. La más nueva es la llamada avenida Tres de Mayo, en el barrio de Buenos Aires, una de las zonas de expansión de la ciudad hacia el litoral que ha supuesto la rehabilitación de una de las áreas más degradadas de la capital. En esta calle se han abierto algunos de los comercios de electrónica e informática más modernos regentados por indios y tiendas especializadas donde se venden las marcas más prestigiosas. Algunos de los negocios que se encuentran en esta área son Orly o Sony Gallery.²⁸

Las otras dos arterias de la capital, en donde este tipo de establecimientos se compagina con cualquier comercio autóctono son las calles Castillo y Bethencourt Alfonso, en donde se encuentra Maya. Esta calle, que fue una de las arterias principales de las tiendas indias de electrónica, ha visto que en los últimos años se han cerrado muchas de las tiendas de más tradición, como Welcome. Algunas de las joyerías de la calle Castillo son también propiedad de empresarios indios. En la calle Castillo, Imeldo Serís y en Benito Pérez Galdós aparecen algunos comercios indios de productos textiles. En las pequeñas calles peatonales perpendiculares a la calle Castillo (Candelaria, Cruz Verde o Nicolás Estévez) encontramos también pequeños bazares indios y chinos que venden productos textiles, bisutería y ropa, en especial pijamas, pasminas y mantones de Manila. La calle del Pilar también cuenta con algunos establecimientos de informática propiedad de indios más jóvenes.

Los restaurantes chinos tienen, como en el resto de España, cierta tradición en la capital chicharrera. Es más reciente el establecimiento de comercios chinos en las calles perpendiculares a la calle Castillo y en la parte trasera del teatro Guimerá, junto a la Delegación de Hacienda, Isla de Madera y la Calle Santo Domingo, donde en los últimos años se han abierto muchos bazares y tiendas de textiles chinos. Estos negocios, sin embargo, no se encuentran tan concentrados espacialmente como en las Palmas de Gran Canaria. De momento, los productos de alimentación se encuentran dispersos en diversos barrios de la ciudad. También existen algunos comercios de alimentación especializados en la calle Imeldo Serís y Angel Guimerá, muy cerca de una zona de restaurantes.

En los municipios de Arona y Adeje en Tenerife, San Bartolomé de Tirajana en Gran Canaria y Tías y Tegüise, en Lanzarote, los ciudadanos indios regentan la mayoría de las tiendas de electrónica, informática, las joyerías y los comercios de productos de lujo (perfumes, gafas y artículos de belleza de marcas de gran prestigio). En Tenerife se encuentran concentrados en los centros comerciales más lujosos y en los paseos marítimos de la zona turística del sur de la isla, en Costa Adeje y las Américas, en el municipio de Adeje y en los Cristianos, en el municipio de Arona; mientras que en Lanzarote se localizan en el paseo de las Playas en Puerto del Carmen, en las cercanías de Maspalomas en Gran Canaria, y en las proximidades de la avenida de Las Grandes Playas en Corralero, Fuerteventura. En general, en el caso de Tenerife se trata de establecimientos cercanos a las zonas residenciales más caras de la isla, donde se

concentra la mayor parte de los hoteles de cinco estrellas en torno, por ejemplo, al hotel Bahía del Duque y su todavía reciente centro comercial. Se trata de un comercio enfocado hacia el turismo extranjero con alto poder adquisitivo que encuentra los precios muy competitivos por la especial fiscalidad de las islas. Los comercios chinos de alimentación son menos numerosos que en la capital. En el Puerto de la Cruz, la zona tradicional turística de la comarca norte de Tenerife, las joyerías, las tiendas que venden licores y tabaco y las tiendas de electrónica se localizan a lo largo del paseo de San Telmo, el paseo marítimo, el centro comercial Martiánez y la calle Iriarte y Calvo Sotelo.

En definitiva, y a modo de conclusión, si contrastamos estos datos con los obtenidos a través de los padrones municipales podemos ver que en el caso de estas comunidades existe un solapamiento entre establecimiento residencial y establecimiento de negocios. Si cruzamos los datos de empadronamiento según nacionalidad por entidades menores de población y núcleos diseminados, se asienta aún más la hipótesis de la vinculación de este establecimiento con el desarrollo de actividades comerciales dirigidas, entre otros, al turismo extranjero. En el caso de la isla de Tenerife, aún dentro de los municipios presentados, las comunidades asiáticas se establecen en las entidades de población de la costa en donde encontramos los equipamientos turísticos y deportivos y existe buena parte de los negocios étnicos. Esto explica la pérdida paulatina de peso de la actividad comercial en las capitales de las islas. De hecho, muchos de los negocios y de los propios residentes se han desplazado hacia las zonas donde se concentra la actividad turística; de ahí la importancia, por ejemplo, de las asociaciones indias del sur de Tenerife y la expansión de los comercios hacia Fañabé, Las Galletas en Arona y Puerto Santiago en el municipio de Santiago del Teide. Todas estas entidades de población son núcleos de crecimiento turístico en la zona de costa de municipios interiores.²⁹

La pauta es similar en las otras dos islas principales de establecimiento. En Gran Canaria han crecido extraordinariamente los negocios en Playa del Inglés y San Fernando en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, perdiendo peso la ciudad de Las Palmas, mientras que en Lanzarote los comercios han aumentado en Costa Teguise y el núcleo de Playa Blanca y Playa del Papagayo y no en la capital, en Arrecife.

También se observa cierta especialización en el tipo de negocios según comunidades, a pesar de que no podamos sustentar nuestras conclu-

CUADRO 29
Tipos de negocios

	Tipo de negocio	Ubicación	Clientes
Chinos	Restaurantes	Zonas centrales	Población local y turistas nacionales y extranjeros
	Tiendas de alimentación	de las capitales	
	Bazares	Barrios	
	Productos textiles	periféricos	
	Textiles al por mayor	Municipios	
	Tiendas de moda y bisutería	turísticos	
	Bolsos y calzado		
	Muebles		
	Material fotográfico		
	Suministros informáticos		
	Decoración, menaje y hogar		
	Productos asiáticos (bebidas, alimentación y menaje)		
	<i>Souvenirs</i> y tiendas de regalos		
	Agencias inmobiliarias		
Bares			
Tiendas de masajes y salud			
Indios	Tiendas de electrónica		Población local Turistas nacionales y extranjeros Connacionales/ coétnicos
	Productos textiles		
	Textiles al por mayor		
	Tiendas de moda y bisutería		
	Joyerías		
	Perfumerías y tiendas de moda (marcas exclusivas)		
	Productos informáticos		
	Centros comerciales		
	Tiendas de licores		
	Artesanías y <i>souvenirs</i>		
	Agencias de seguros		
	Agencias de viajes		
	Empresas de importación: pescado, productos electrónicos, productos informáticos, productos de perfumería, cosméticos y de lujo, alimentos congelados		

CUADRO 29 (continuación)

	Tipo de negocio	Ubicación	Clientes
Indios	Restaurantes Empresas de alimentación Empresas de catering		
Coreanos	Supermercados Tiendas de alimentación Productos textiles Productos de Corea Productos naturales y medicinales Empresas importación de pescado		Población local Connacionales/ coétnicos

siones en datos secundarios. A modo de recapitulación podemos decir que los ciudadanos chinos regentan, además de restaurantes, negocios de productos chinos y asiáticos (sobre todo de menaje y alimentación) cuyo número ha crecido en especial con el aumento del gusto por la gastronomía oriental y la alimentación natural. Los bazares, así como las tiendas de productos textiles y de «todo a cien» se compaginan, en barrios no centrales de las ciudades, con las tiendas de alimentación y otros productos básicos (que en muchos casos han sustituido a las tradicionales «ventas») y con tiendas de fotografía. En el caso de las zonas turísticas de las distintas islas, los negocios regentados por ciudadanos chinos son fundamentalmente restaurantes, bazares y tiendas de productos textiles, aunque en el caso de los núcleos turísticos de Los Cristianos (Arona, Tenerife), Maspalomas (Gran Canaria) y Puerto del Carmen (Tías, Lanzarote) se han encontrado otros comercios menos habituales como tiendas de moda, de productos de decoración, de deporte, productos de playa y *souvenirs*, artículos dirigidos a los turistas extranjeros y nacionales.

La especialización es mayor en el caso de los comerciantes indios. Los restaurantes de comida india se concentran en el sur de la isla de Tenerife y Gran Canaria, así como en Costa Teguise y el Puerto del Carmen, en Lanzarote. Aunque no se ha realizado trabajo de campo intensi-

CUADRO 30
Tipología de pequeña y mediana empresa asiática en Canarias

Empresa de importación y exportación de productos asiáticos	Asia	Indios, chinos y coreanos
Empresa de importación y exportación de otros alimentos (congelados, pescado, de lujo, electrónicos, etcétera)	Asia y África	Indios, chinos
Filiales de empresas en el extranjero	Sede central en origen	Japoneses y coreanos
Tiendas de venta al por menor	Suministro básico de mercancías de distribuidores en el extranjero, en origen o en terceros países	Chinos, coreanos e indios
Empresas de servicios (inmobiliarias, seguros)	Nuevas actividades económicas	Indios, chinos y japoneses
Profesionales	Sectores: medicina, finanzas, comunicación	Indios, chinos, coreanos

FUENTE: adaptación de Beltrán (2007a).

vo, algunos de estos negocios están regentados o gestionados por ciudadanos bangladeshíes y pakistaníes, a pesar de que ofrecen «comida india». En la ciudad de Santa Cruz de Tenerife existen algunas empresas familiares que suministran comida a particulares y cuyos negocios se dirigen a la propia comunidad. Estos negocios no son propiedad de los *sindhis*, sino de ciudadanos procedentes del sur de la India.

Existen también algunas cadenas de tiendas de ropa y de productos de decoración dirigidas a turistas nacionales y extranjeros (los famosos Palacio Hindú) en donde se venden, entre otros productos, mantelerías y artesanías, artículos de seda, mantones de Manila, que debido al régimen económico resultan más baratos en las islas y son bien conocidos, en es-

CUADRO 31
Localización de los negocios

Chinos	Tenerife	
	Santa Cruz de Tenerife	
	Los Cristianos, Las Galletas (Arona)	
	Costa Adeje, Las Américas, Fañabé (Adeje)	
	Playa Santiago (Santiago del Teide)	
	Gran Canaria	
	Las Palmas de Gran Canaria	
	Maspalomas (San Bartolomé de Tirajana)	
	Puerto del Carmen (Tías, Lanzarote)	
	Costa Teguise (Lanzarote)	
	Tías (Lanzarote)	
	Arrecife (Lanzarote)	
	<hr/>	
	Indios	Tenerife
Santa Cruz de Tenerife		
Los Cristianos (Arona)		
Costa Adeje, Las Américas (Adeje)		
Puerto de La Cruz		
Gran Canaria		
Las Palmas de Gran Canaria		
Maspalomas (San Bartolomé de Tirajana)		
Puerto del Carmen (Tías, Lanzarote)		
Costa Teguise (Lanzarote)		
Arrecife (Lanzarote)		
Corralero (La Oliva, Fuerteventura)		
<hr/>		
Coreanos		Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria)

pecial por los turistas nacionales. Las tiendas de productos electrónicos e informáticos, las tiendas de *souvenirs*, las joyerías y las tiendas de productos de lujo y de firmas de diseño, perfumerías especializadas, ópticas y relojerías, se concentran en manos de ciudadanos indios. Los coreanos se dedican a la alimentación y a la importación de productos especializados, como esencias medicinales. Algunas empresas de mayor envergadura, como las que se registran en la base de datos de la oficina de la

ZEC (Zona especial Canaria) se dedican a negocios de importación de productos. En estas empresas, donde se aprecia una mayor diversificación, importan, por ejemplo, productos informáticos y electrónicos, de perfumería y cosméticos, congelados u otro tipo de alimentos.

También han aumentado las empresas de servicios regentadas por ciudadanos asiáticos. Además de inmobiliarias y de empresas dedicadas a actividades relacionadas con la salud (de medicina china y masajes) entre los chinos, se observan otros nuevos sectores, como las sucursales de seguros, las tiendas de informática y las agencias de viajes, que regentan los indios. Estos nuevos negocios se dirigen a la población local.

Prácticas transnacionales y actividad empresarial de los ciudadanos asiáticos en Canarias. El caso de la comunidad sindhi

El propósito de este capítulo es describir y analizar la presencia, la actividad comercial y las vías de integración económica de esta comunidad en Canarias desde una perspectiva que incorpore tanto la dimensión temporal como espacial del fenómeno, enmarcándolo en el estudio de varios procesos sociales interrelacionados que han suscitado un enorme interés en la sociología de las migraciones en los últimos años y que confluyen en el caso de este tipo de grupos: los análisis sobre las diásporas, la propensión a la inversión étnica entre los ciudadanos asiáticos y los vínculos de esta actividad empresarial con las prácticas transnacionales. Para ello, además de profundizar en la historia de la comunidad, nos detendremos en la evolución en su actividad económica desde finales del siglo XIX y en las relaciones complejas que se establecen en el seno de la comunidad y con otros miembros de la misma fuera de España. Nos encontramos, como veremos, ante una diáspora comercial que conforma un complejo entramado, una red internacional integrada por diversas localizaciones, en donde los vínculos entre origen y destino han sido sustituidos por intensas relaciones horizontales o transversales entre los distintos enclaves de asentamiento. Las prácticas empresariales y religiosas articulan la vida de la comunidad modulada a través de factores que refuerzan las actividades, las prácticas, los planes y, a veces, las tensiones transnacionales y en donde la identidad nacional es secundaria.

Desde esta perspectiva, el estudio de la comunidad india en esta región presta atención a uno de los lugares de asentamiento, uno de los puntos nodales de la extensa red internacional que hoy configura la diáspora comercial sindhi en el mundo. Sin embargo, la investigación sobre los sindhis en Canarias se debe realizar tomando en consideración, en primer lugar, las relaciones complejas y la densidad analítica de los conceptos de espacio y territorio que surgen en el caso de este tipo de grupos. En segundo lugar, el estudio de caso nos puede ayudar a reflexionar críticamente sobre los conceptos de integración económica, ya que en el caso de esta comunidad, el territorio se presenta como un espacio de oportunidades para el logro de objetivos económicos determinados que han configurado la pauta de instalación de esta diáspora comercial en todo el mundo (López Sala, 2007). En tercer lugar, al tratarse de una de las escasas comunidades históricas presentes en el territorio nacional se puede analizar la evolución de su estrategia empresarial a partir de los cambios en las oportunidades que ofrece el archipiélago, de tal forma que la investigación sobre esta comunidad se convierte, como veremos, en un caso de enorme interés para reflexionar sobre las dos aproximaciones más relevantes en el campo del estudio del empresariado étnico: las interpretaciones de corte culturalista y las que se detienen en la estructura de la demanda.

La comunidad sindhi

En su estudio histórico sobre esta diáspora comercial, Claude Markovits ha asegurado que la comunidad sindhi se encuentra entre las más ubicuas y, posiblemente, entre las más visibles y sobresalientes comunidades de comerciantes y empresarios asiáticos dispersos por todo el mundo (Markovits, 2000). Hoy representa una intensa red con presencia en los cinco continentes y más de cien países que se extiende desde Japón a Australia, de la Patagonia chilena a Honolulu. Su presencia es especialmente numerosa en el sureste Asiático, el sur y el este del continente africano y el Mediterráneo, aunque también en Oriente Medio, Gran Bretaña y Latinoamérica. En definitiva, hoy los sindhi hindúes son una comunidad transnacional comercial poco numerosa y con múltiples afiliaciones nacionales que, sin embargo, funciona internamente de forma muy cohesionada a través de una multitud de vínculos familiares y económicos; una red a través de la cual circulan bienes, servicios, capital y crédito, información y personas.

Sus orígenes geográficos se encuentran en la provincia de Sindh, en el suroeste de lo que hoy es Pakistán. Sindh fue la provincia más noroccidental de India durante la ocupación británica entre mediados del siglo XIX y 1947, un territorio que luego pasó a formar parte del recién creado Pakistán tras la independencia de India. La anexión de esta provincia al Imperio Británico en 1843 terminó con una larga etapa de gobierno de varias dinastías musulmanas. Antes del dominio del islam, la mayor parte de la población era hindú y budista, pero a mediados del siglo XIX, cuando la ocuparon los británicos, la población era mayoritariamente musulmana y los hinduistas eran la minoría más numerosa, representando aproximadamente una quinta parte del total.

Su localización geográfica, su condición costera y su proximidad con el golfo Pérsico han hecho que esta provincia estuviera tradicionalmente muy unida al comercio marítimo y que tuviera un papel destacado en las rutas comerciales entre el Oeste, Asia Central y el norte de India. Ya en el siglo XV se tiene constancia en crónicas portuguesas de la actividad comercial de esta comunidad. Sin embargo, los estudios históricos no han conseguido determinar con claridad los orígenes de la especialización comercial de los sindhis hinduistas. La mayoría se empleaba en actividades comerciales y regentaba pequeños comercios, aunque una pequeña proporción trabajó también para la Administración durante el reinado de los Talpur en los siglos XVIII y XIX y, posteriormente, para los británicos (Falzon, 2001; Bal, 1998).

Existe unanimidad entre los historiadores a la hora de afirmar que es muy probable que el poder de los musulmanes en Sindh desde el siglo XVIII impidiera a las comunidades hinduistas poseer tierras, así como integrarse en el ejército. Los títulos nobiliarios también estuvieron reservados a los musulmanes, por lo que los hinduistas restringieron su actividad al comercio y a los negocios. Conformaron, por tanto, durante varios siglos una minoría religiosa en su propio país, haciendo frente a una discriminación periódica y dando lugar a una comunidad fuertemente cohesionada que sin duda cosechó importantes éxitos económicos en su tierra natal y en el exterior. Una larga tradición y especialización en la actividad empresarial, un fuerte sentido de comunidad y redes de confianza en diversas partes del mundo facilitaron, indican algunos de nuestros informantes, la expansión de esta diáspora y el desarrollo de sus negocios también en el archipiélago canario. Los contactos internacionales en otros puertos francos, el conocimiento de varias lenguas y el acceso a informa-

ción sobre oportunidades de negocio facilitaron, y siguen facilitando, su establecimiento y actividad comercial en diversos puntos del mundo.³⁰

El flujo migratorio en sucesivas oleadas desde su tierra natal, Sindh, y desde otros puntos de establecimiento de la diáspora, ha conformado un mapa dinámico de la instalación a partir de oportunidades económicas y condiciones políticas que marca la pauta de su expansión por el mundo y que han alterado la importancia de algunos de los puntos nodales de la red transnacional como lugar de encuentro y de relación. La integración de la provincia de Sindh en Pakistán tras la partición alteró significativamente las relaciones de la diáspora con su tierra natal e intensificó lo que Dieter Haller (2005) ha denominado la movilidad lateral. El trabajo de campo también ha permitido observar la intensidad actual de los desplazamientos temporales y definitivos hacia otros puntos de instalación entre los sindhis residentes en el archipiélago canario, lo que nos permite hablar de una comunidad en constante movimiento donde el desplazamiento forma parte de una estrategia de formación de nuevas familias y de ejecución de proyectos empresariales personales y familiares.

La emigración desde Sindh aumentó considerablemente tras la ocupación británica. Esta corriente estuvo protagonizada en su mayor parte por comerciantes procedentes de la ciudad de Hyderabad que buscaban oportunidades de negocio en el exterior y cuya expansión durante la segunda mitad del siglo XIX constituye el esqueleto de la red actual. En esa época también se ha constatado la llegada de los primeros sindhis a Canarias. Se trató de una migración numerosa que se distinguía significativamente de otros flujos impulsados por la acción de la Administración británica en sus territorios coloniales, especialmente de los movimientos de los llamados *indentured workers* (Parekh, 1994).

Estos migrantes, conocidos como *sindhiworkis*, se especializaron en un primer momento en la venta de productos artesanales y de bazar y posteriormente de sedas indias y chinas y otros productos textiles de lujo, como los encajes, pero también de productos orientales y curiosidades. Implantaron sus negocios fundamentalmente en los grandes puertos y en zonas francas para mejorar sus oportunidades de éxito. En esta fase su expansión se produjo siguiendo dos grandes rutas marítimas: la ruta Bombay-Yokohama-Kobe, con una importante presencia en Singapur, Shanghai y Manila, y la ruta Bombay-Panamá-Colon, que atravesó todo el Mediterráneo hasta Gibraltar y las islas Canarias y desde allí se dividió siguiendo dos ramales, uno que se dirigió hacia América Central y

del Sur y el segundo hacia África Occidental (Merani y Van der Laan, 1979). La expansión hacia el este y el sur de este último continente se produjo siguiendo la costa desde Egipto hacia Mozambique y Sudáfrica (Padayachee y Morrel, 1991).

Tras la partición tuvo lugar un segundo momento de intensa emigración. En este caso se puede hablar de un flujo muy numeroso y mayoritariamente forzoso que acompañó al clima de violencia y hostilidad religiosa entre musulmanes e hindúes del momento. Bombay se convirtió desde la década de 1950 en uno de los centros de la red internacional de la diáspora, uno de los enclaves desde donde se produjo la tercera oleada migratoria. Entre los lugares de destino de esta migración más reciente se encuentra Canarias, donde las llegadas fueron numerosas en los años sesenta y setenta.

Resulta extremadamente difícil determinar con exactitud la dimensión actual de la comunidad en todo el mundo debido a la diversidad de afiliaciones nacionales. Por esa razón ni siquiera el reciente informe sobre las diásporas indias elaborado por el gobierno de este país en 2002 ha ofrecido cifras concluyentes (*The Indian Diaspora. Report of the High Level Committee on the Indian Diaspora*, Gobierno de India, 2002). Según las estimaciones de Markovits, el tamaño de la diáspora en el exterior de India ascendería en la década actual a un número que oscila entre las 120.000 y las 140.000 personas. Las principales comunidades se localizan en Estados Unidos (en torno a 50.000 personas), Canadá y España (10.000 en cada uno de ellos),³¹ Gran Bretaña (entre 5.000 y 15.000), Hong Kong (7.500), Nigeria y Singapur (entre 5.000 y 10.000) (Markovits, 2000). En el caso de España, la mayor parte reside en las islas Canarias, especialmente en Tenerife, aunque también en las provincias de Gran Canaria, Málaga, Madrid y Barcelona. El resto se reparte en comunidades de menor tamaño por diversos países asiáticos, Latinoamérica, el Caribe y otros países africanos.

Nos encontramos, en definitiva, ante una diáspora comercial, en donde se observan prácticas transnacionales³² que articulan la vida social, familiar y económica comunitaria de forma singular y que trascienden la condición nacional y el espacio específico en el que se asientan sus miembros. Nacionalidad y localidad son conceptos que no contribuyen a su conformación identitaria sino que, como veremos, son la práctica económica y la adscripción religiosa los elementos que impregnan y conforman la autoidentificación comunitaria y la pertenencia.

Los comerciantes sindhis en el archipiélago canario

Redes transnacionales y actividad empresarial

Según la información obtenida en las entrevistas, la primera familia de sindhis que se estableció en España lo hizo en el archipiélago, y en concreto en la ciudad de Las Palmas a mediados de la última década del siglo XIX. A esta primera le siguieron otras en las primeras décadas del nuevo siglo, conformando ya una pequeña comunidad antes de la guerra civil. Las primeras familias procedían de Gibraltar, Tánger y otras ciudades de Marruecos:

Bueno, pues la primera familia hindú llega aquí a España, precisamente a las islas Canarias en el año 1895, y esa familia hindú, ubicada en Las Palmas de Gran Canaria, y yo creo que todavía sigue allí, en Triana precisamente, y luego a partir de 1920 empezaron a venir tres o cuatro más familias seguidas, porque quizás estaban ubicadas en parte en África y luego se trasladaron aquí y, hasta donde mi conocimiento llega pues había por los menos diez o doce familias durante la guerra civil, en España, aquí en Canarias y estaban ubicadas precisamente cerca de Plaza Candelaria (entrevista a comerciante sindhi).

Esta información contrasta con otras fuentes. Murcia Navarro señala como fecha probable la década de 1880, coincidiendo con las corrientes migratorias de miembros de este grupo hacia otros enclaves cercanos, en especial Tánger, Casablanca y Gibraltar (Murcia Navarro, 1974), mientras que el estudio de Markovits indica que este establecimiento se produjo en una fecha cercana a 1890. Algunas de las firmas comerciales más antiguas del archipiélago existían ya con toda seguridad en los años veinte y treinta. Las crónicas de la época dan fe de los bazares indios en el centro de la capital tinerfeña en torno a lo que hoy es la calle Castillo y la plaza de la Candelaria, el núcleo del comercio tradicional de la capital, así como en la calle Triana, en Las Palmas de Gran Canaria.

Además de las crónicas que hablan de los bazares, los informes consulares británicos han aportado información sobre el tamaño de la comunidad y sus actividades económicas. Las fuentes históricas y la prensa hablan de su presencia en los años finales del siglo XIX. Los pioneros del establecimiento conformaban una comunidad integrada por algo más

de un centenar de personas, compuesta únicamente por hombres, que realizaban frecuentes viajes a India y otros lugares cercanos, como Gibraltar y ciudades de Marruecos, donde en muchos casos regentaban algunas empresas. Muchos de los que se instalaron en un primer momento en Las Palmas luego crearon negocios en la capital tinerfeña.

Hasta los años cincuenta la inmigración india en Tenerife y Gran Canaria estuvo compuesta, en exclusiva, por hombres, como sucedió en el caso de otros enclaves estudiados. Las mujeres permanecían en origen, mientras que sus maridos se dedicaban al comercio y vivían durante largas temporadas en el extranjero. El antropólogo Néstor Verona ha indicado, algo que también confirmamos posteriormente a través de nuestro trabajo de campo, que la primera mujer india llegó a Canarias en el año 1949, acompañada de sus hijos, y se instaló en el archipiélago con su marido que residía y regentaba desde hacía varios años el bazar Bombay, en la calle Cruz Verde de Santa Cruz de Tenerife (Verona, 2008).

Los comercios tradicionales

Algunos de los comerciantes contaban con bazares y negocios en otros puntos cercanos del Mediterráneo. En Canarias la comunidad mantenía intensos vínculos con otros comerciantes sindhis establecidos en el sur de España y en el Magreb. En este momento también se produjo el establecimiento de comerciantes sindhis en otras ciudades españolas, en Ceuta y Melilla y en Málaga.

Durante décadas, la principal actividad de los sindhis fue el comercio al por menor en bazares, donde se vendían productos exóticos, orientales, curiosidades y textiles de alta calidad, particularmente sedas, encajes y linos importados de Asia. Estos comercios se dirigían fundamentalmente a los segmentos más ricos de la sociedad canaria, indianos en algunos casos. Muchos de los productos también eran importados desde otros lugares de asentamiento de miembros de la misma comunidad, otros puertos francos próximos como Malta y Gibraltar. A principios del siglo xx, según confirman los informes consulares británicos entre 1900-1914, existían ocho importantes empresas que distribuían a los distintos bazares (propiedad de ciudadanos indios) en Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. Importación y venta al detalle concentraban la actividad económica de esta comunidad en el archipiélago.

Otras mercancías vendidas eran artículos de arpillera, plata labrada, bordados orientales, madera de sándalo, objetos y artículos orientales de algodón, porcelanas, vajillas y tejidos de diversas zonas de India, incluida Cachemira. A principios del siglo xx la mayor parte de los artículos procedía de India y otros países asiáticos. Según los datos ofrecidos por Quintana Navarro (1992), se calculaba que el valor de las importaciones ascendía a 25.000 libras esterlinas al año. La mayor parte de sus mercancías se trasbordaban en Gibraltar. En la década de 1920 y principios de los años treinta, algunos de estos pioneros crearon las firmas comerciales más antiguas y prósperas de las islas.³³

Otros de los clientes más importantes de estos negocios eran los pasajeros de primera clase y las tripulaciones de los buques de vapor que se dirigían hacia América. Resultaba frecuente, según nos han indicado algunos informantes, que los propios comerciantes subieran a los barcos durante las escalas a vender sus mercancías.

Nuestras entrevistas también indican que a principios del siglo xx se importaron nuevos productos para la venta al detalle, especialmente plata oriental, artículos de cobre, encajes de Malta, así como otros textiles de India y Cachemira. El producto más importante era, sin embargo, la seda que se importaba también vía Gibraltar. Los informes consulares mencionados por Quintana Navarro indican que la seda fue, durante las primeras dos décadas del siglo xx, el producto más importante de las importaciones³⁴ en las Canarias después de la madera, el trigo, el serrín, la turba y el tabaco.

Este comercio de la seda se fue especializando cada vez más en la clientela de los vapores que llegaban, especialmente al Puerto de la Luz y al de Santa Cruz de Tenerife. No debemos olvidar que el volumen de estos pasajeros era elevado. En las primeras décadas del siglo xx aumentó significativamente el número de vapores que hacían escala en el archipiélago debido a la intensidad del comercio con América:³⁵

El comercio estaba floreciendo mucho porque las islas Canarias estaban [...], lo que tenían es que eran puerto franco, los hindúes trabajaban de mañana a noche y así el comercio les daba muchos beneficios y un futuro muy esperanzador, me entiende, y así empezaba la migración de los hindúes aquí en las islas Canarias. Luego vinieron buenas épocas, buenos tiempos, cuando el canal de Suez se cerró y entonces todos los buques que llegaban de Asia pues tenían que parar aquí, en las islas Canarias, en Las Palmas y

en Tenerife y en aquella época, la economía de los países de América Latina estaba muy fuerte, entonces los cruceros llegaban diarios, 4 o 5 o 6 o 7, y el comercio hindú siempre estaba allí (entrevista a comerciante sindhi).

Los vínculos con otros miembros de la diáspora residentes en diversos países del mundo les ha permitido no solo proveerse a buen precio de productos, sino también obtener información sobre las dinámicas de otros mercados y buscar oportunidades de negocio para establecer filiales comerciales y financieras; de ahí que algunos de los empresarios cuenten hoy, como en el pasado, con comercios en diversos puntos del mundo y que las empresas medianas y grandes sean genuinamente multinacionales con sucursales en distintos puntos de la red. Nos encontramos, por tanto, ante un ejemplo singular de internacionalización de la economía española en el pasado, que mantiene la dinámica histórica que comienza en el siglo XVI como dijimos en el capítulo anterior.

A partir de los años cincuenta se inicia una nueva etapa en la historia del establecimiento y de la dinámica de esta comunidad en Canarias. En esta época se produce una intensificación de las llegadas debido tanto a la mejora de las condiciones económicas en la región, como a las dificultades de la comunidad en otras localizaciones, que pierden su estatus de puerto franco, y en su tierra de origen, tras el éxodo hacia el exterior de Sindh con la partición del subcontinente. Desde finales de los años cincuenta las Canarias se convierten en un territorio que ofrece excelentes oportunidades de negocio a los miembros de esta diáspora comercial. En este momento el flujo se produce no solo desde India, sino desde diversos puntos del mundo:³⁶

y luego a partir de 1950 empezó a venir más, y esos señores procedían no directamente de la India, sino de partes de Gibraltar o de Marruecos, de Marruecos, porque en Marruecos, Tánger era un puerto internacional y allí cuando se terminó la guerra, la Segunda Guerra Mundial, empezaron a salir de allí y mirando al comercio y el futuro de la isla Canaria, y en los años cincuenta y sesenta vinieron muchos, y todos procedentes de puertos francos del mundo, quiero decir que algunos vinieron de Hong Kong, otros llegaron de Malta, otros llegaron del Norte de África, pero más bien llegaron de Marruecos, y claro, primero llegaron los hombres y las mujeres estaban en la India, o se quedaban en Marruecos y poco a poco empezaron a venir las familias y los hijos empezaron a nacer aquí, y estuvieron aquí (entrevista con comerciante sindhi).

La afluencia del turismo de masas, nacional e internacional, desde finales de la década de 1970 también creó excelentes oportunidades para la fundación y ampliación de empresas, lo que explica la bonanza de los negocios en estas décadas, que han sido calificados por nuestros informantes como «las mejores décadas, los tiempos dorados». La inmigración hindhi de este período es familiar, aunque en la mayoría de los casos las mujeres eran reagrupadas tras el establecimiento de sus esposos durante unos años, por tanto dicha inmigración tiene vocación de asentamiento. Muchos de los jóvenes y de los adultos que hoy conforman la comunidad nacieron en los años sesenta y setenta en el archipiélago.

Aunque también se mantiene la venta de productos textiles (este tipo de negocios persiste hasta hoy, dedicados a la venta de productos de seda, moda femenina y mantones de Manila) en los años setenta, con el incremento del turismo en el archipiélago se produce una diversificación de los negocios. Así, una parte importante de la comunidad empieza a especializarse en la venta de productos electrónicos, de óptica y de fotografía importados desde Hong Kong y Japón, por los que han sido tan conocidos en las décadas pasadas y que supusieron un negocio floreciente durante la segunda mitad de los años setenta y principios de los ochenta. Algunas empresas se dedicaron exclusivamente a la importación al por mayor de este tipo de productos que vendían a los comercios especializados. Algunos de los llegados en este momento fueron empleados por los propietarios de los negocios ya establecidos, dado que no podemos olvidar que una parte de los miembros de la comunidad está integrada por trabajadores por cuenta ajena, asalariados de las empresas de sus co-étnicos. Por eso, en su estudio de los años setenta Murcia Navarro establecía una clasificación del grupo migratorio en dos partes, una división que se mantiene en la actualidad: los agentes de las cadenas internacionales y los propietarios de negocios al por menor y los jóvenes que trabajan como dependientes en los establecimientos hindhúes (Murcia Navarro, 1974):

Al principio todo era un negocio, entonces había una parte que se dedicaba a la importación de la mercancía. Los productos electrónicos se traían de Hong Kong, porque China no era muy conocido en esos tiempos, Japón, y Hong Kong, y algunos traían productos de Europa cuando Europa estaba separada, en el sentido de que España no era de la comunidad europea, pues gente traía de Alemania. Televisores, productos electrónicos y eso,

venían de allí y nadie en aquella época decidió entrar en comercio grande (entrevista con comerciante sindhi).

No, en aquellos tiempos casi nadie traía nada de la India. Muy poca gente importaba artículos de la India, precisamente eran ropas para las señoras hindúes, saris, y otros materiales, pero esos materiales no eran solo para la comunidad hindú, era para exportar a países vecinos como Mauritania y demás porque a ellos sí les gustaban las telas que procedían de la India y cosas artesanas, pero normalmente hasta el año 1990 no había mucho tráfico de negocio entre Canarias y la India y ahora sí, claro, porque India está creciendo mucho (entrevista con comerciante sindhi).

Vine en los años setenta. Terminé los estudios y vine para aquí porque mi familia estaba aquí, mis hermanos trabajando aquí en Tenerife, y yo como terminé los estudios pues, ellos me llamaron, por la economía, porque en la India no teníamos ni negocio ni nada y entonces para ganar la vida vine aquí. Y entonces empecé a trabajar en una empresa fuerte que se llamaba Welcome. ¿Te acuerdas que eran hermanos? Desde el año 1975 empecé a trabajar con ellos y después cambié a otra empresa para ir un poquito mejor, se llamaba Choitram, y después cuando la empresa cerró, fueron a otros países, como no me interesaba la electrónica, pues entonces yo quería abrir un supermercado. Y esa gente Choitram me ayudaron bastante, porque ellos tienen cadenas de supermercados en todo el mundo, en Londres, en Dubai, en África, en todo el mundo, y como son amigos, familia, me echaron una mano y monté un supermercado. Y ahora tengo dos (entrevista con comerciante sindhi).

Redes familiares, inversión y empleo

Algunos informantes relatan que en muchos casos Canarias era el destino final de un proceso migratorio con varias escalas que incluía la residencia temporal — que se podía prolongar varios años — en algunos de los enclaves de la red en el Magreb y el Mediterráneo. En estas localizaciones se ahorra dinero y se «aprendía el oficio» trabajando en los negocios de miembros de la diáspora. En otros casos se trataba de empresarios ya establecidos en otros enclaves que establecían sus negocios en el archipiélago. De forma similar, el trabajo en los comercios propiedad de coétnicos en las islas se ha empleado para ahorrar dinero y montar empresas en otros lugares del mundo. El trabajo de campo indica que la

mayor parte del ahorro se producía tradicionalmente a través del trabajo en dichos negocios. Este ahorro inicial, al que se añadía, en algunos casos, préstamos de otros comerciantes sindhis, se empleaba para establecerse por cuenta propia, creando pequeñas tiendas de electrónica, bazares u otros comercios:

Mi padre tenía su tiendita. Fue ganando, con las primeras medias señorita de nylon, que no existían en aquella época, y luego vino la pluma Parker, pues con eso empezó a ganar y a ganar. Esos fueron unos años estupendos. Nosotros estábamos muy bien allí en Marruecos. Yo hice hasta dos años de comercio [...] pero cuando tenía como diez años mi padre vio que aquello iba flojeando y entonces vino mal y mi padre vio que la cosa iba mal y entonces en Canarias ya había venido bastante gente y hablaban del Puerto y de lo bien que se vivía. Entonces vino mi padre y conoció y quedó loco. Primero abrió en Tenerife, en la calle Castillo, al lado de donde trabajaba su hermano, que lo mandó para aquí con un sobrino y lo puso primero como encargado y entonces el negocio empezó a ir bien. Y entonces decidió también abrir en Las Palmas y trajo a un primo suyo y lo nombró allí encargado. Imagina cambiar de país con cuarenta y tantos años (entrevista a mujer sindhi).

Una descripción similar sobre la residencia en distintos puntos de la red que conforma la comunidad a lo largo de la vida aparece en el artículo de Heriberto Dávila sobre lo que denomina los indocanarios³⁷ o en el testimonio personal de uno de los empresarios más ricos de España, Ram Bhavnani, un miembro de esta comunidad, nacido en Sindh y refugiado en Poona, pero establecido en Tenerife en 1964 procedente de Hong Kong y cuyo padre trabajó en el archipiélago hasta 1959.³⁸

La comunidad se articula como una red a través de la cual circulan personas para trabajar, conseguir información y montar negocios. Las redes personales, familiares y de paisanaje en India y en otros lugares de establecimiento han actuado como mecanismos de reclutamiento de empleados para las empresas y los bazares de Canarias. En muchas ocasiones los negocios son regentados por gestores cuyos propietarios se encuentran al frente de sus propios negocios en otros países de establecimiento. De esta forma algunos de los llegados contaban con experiencias comerciales en Asia o el norte de África que les permitió trabajar, en un primer momento, como gerentes para algunos de las empresas instaladas en las islas.³⁹

El reclutamiento de trabajadores de la propia comunidad para trabajar en este tipo de comercios ha sido y sigue siendo una práctica tradicional. La trayectoria de incorporación a la vida económica ha seguido una serie de pautas. La mayoría empezaban trabajando para una empresa haciendo trabajo de oficina, vendiendo e inventariando. El recurso a coétnicos o a miembros de la propia comunidad es percibido como un mecanismo facilitador, una forma de intercambio informal basado en relaciones de reciprocidad que permite la obtención de información de nuevas oportunidades de negocio y el aprendizaje del oficio, en el caso de los propios empleados. Supone, asimismo, un recurso para los empresarios, al tratarse de trabajadores más dispuestos a aceptar peores condiciones laborales:

Traían personal de la India, traían trabajadores de la India, porque un trabajador de la India daba más rentabilidad porque trabajaban los fines de semana también (entrevista con empresario sindhi).

Los trabajadores sindhis también son apreciados porque, según los informantes, muestran más lealtad, comparten la ética del trabajo y tienen un mejor conocimiento del negocio. El empleado suele considerar un privilegio que le ofrezcan trabajo en el extranjero. En muchas ocasiones el empresario puede llegar a pagar el viaje y es habitual que faciliten la tramitación de los visados y el alojamiento. Además, si muestran valía pueden ascender y convertirse en gerentes o recomendar como trabajadores a otros familiares.

El empresario, a cambio, suele pedir a sus empleados absoluta lealtad y dedicación a tiempo completo, lo que puede llegar a significar jornadas de trabajo extraordinariamente largas y en días festivos, como se observa en Canarias en los comercios localizados en municipios turísticos. Por ello la mayoría de estos empleados suelen ser jóvenes y sin cargas familiares. Algunos informantes han indicado, además, que las relaciones laborales en estos comercios se basan en la confianza mutua, de ahí que en el pasado la mayoría de las veces los contratos no se formalizasen.

El estatuto de trabajador o empleado se suele ver como temporal, como una fase, de tal forma que una vez que se aprende «el oficio»,⁴⁰ se ha ganado confianza, se han hecho contactos, ahorrado dinero y establecido las suficientes relaciones en la red y en la nueva localidad de procedencia, el objetivo es montar un negocio propio.

Dentro de los trabajadores se pueden distinguir también varias categorías. Algunas de las más habituales son: a) los empleados de mediana edad y gran experiencia que conocen el oficio pero que, por diversas razones, nunca se pudieron establecer por su cuenta, b) hijos de comerciantes coétnicos que están aprendiendo el oficio y que suelen proceder de otros países, c) profesionales cualificados jóvenes y con experiencia que proceden de negocios de otros puntos de la red y que asumen puestos de gerencia o dirección o d) hijos de empleados locales o de otros empleados que residen fuera de España, que tienen como objetivo conocer mejor el mundo de los negocios y establecerse por su cuenta. En algunas ocasiones los comerciantes sindhis también emplean a trabajadores canarios, especialmente en labores de reparación y en talleres. En los últimos tiempos se ha observado la contratación de trabajadores inmigrantes procedentes de América Latina, pero se trata de un fenómeno muy reciente.

«La mentalidad empresarial» y la organización de los negocios

El desarrollo de actividades comerciales es percibido como algo intrínseco a la identidad de la comunidad, como un «rasgo» de los miembros de la comunidad, algo «que se lleva en la sangre». El fin de su vida, indican muchos de los comerciantes entrevistados, es hacer negocios y tener éxito. «No hay ocupación mejor, nada mejor a que dedicarse». Al igual que se ha observado en el caso de las comunidades en otros puntos del Mediterráneo, como los estudios de Falzon en Malta o de Haller en Gibraltar, los empresarios se atribuyen algunas características que consideran importantes para tener éxito en los negocios. Son mencionadas como cualidades adecuadas, por ejemplo, una buena disponibilidad para el trabajo duro, la adaptabilidad a las condiciones que ofrece el país de destino, resistencia, determinación y optimismo. Esta orientación hacia el trabajo tiene como resultado una escasa valoración del ocio. El comercio, la práctica religiosa y las relaciones familiares articulan las actividades y la forma de vida de la comunidad.

El fracaso en los negocios, sin embargo, no es considerado vergonzante, sino una situación temporal, un motor para comenzar de nuevo y conseguir triunfos y éxitos. Esto les lleva a ver la pérdida, el fracaso en los negocios, así como la inseguridad financiera, como la otra cara del éxito y la riqueza, un proceso que es inherente a la vida de todos los sin-

dhis y de sus actividades comerciales.⁴¹ Sin embargo, la falta de formación, el hecho de conocer bien determinados sectores y la fuerza de la tradición ha hecho, según indican algunos informantes, que los sindhis se sientan cómodos solo con un tipo concreto de negocios, de tamaño medio, y expresen reticencias a entrar en el sector financiero, invertir en Bolsa o en otro tipo de negocios que exijan mucho capital. Esta propensión puede explicar la estabilidad y homogeneidad de las estrategias comerciales y del tipo de actividad. Por ello, los que obtienen altos beneficios suelen expandir el negocio o expandir la misma actividad en otra ciudad o en otro país, pero no suelen cambiar de sector. Son pocos los que prueban suerte en otros sectores económicos:

Nadie entraba en negocios grandes. Nadie decidió entrar en negocios grandes, quiero decir, por ejemplo, ser concesionario de coches o concesionario de artículos que realmente daba mucho negocio en esa época. Ahora hay empresas que se están dedicando a la informática, y luego en los años noventa, y a finales de los noventa empezó a meter dinero en la Bolsa [se refiere a Ram Bhaunani], y ahí mismo ha hecho una riqueza muy grande y esa riqueza él la ha invertido aquí mismo porque es dueño de varios hoteles, incluso pues, otros comerciantes hindúes también han invertido muchos millones, muchos millones en infraestructura, en hoteles, en inmobiliarias, y eso es todo, así que ahora hay grandes inversiones aquí (entrevista con empresario sindhi).

Los negocios normalmente son propiedad de un individuo o de una familia, pero los hijos suelen conformar nuevas sociedades e independizarse de los padres en cuanto consiguen algunos ahorros. Es muy habitual que diversos hermanos que han aprendido el oficio en la empresa familiar residan en el mismo municipio y tengan distintas empresas, dedicadas a actividades similares. En cambio, no es frecuente la creación de empresas con socios externos a la comunidad, a excepción de las nuevas compañías muy recientes de las familias más ricas establecidas en Canarias:

Era siempre el dueño, sus hermanos, sus hijos, y era una empresa, era siempre una empresa individual, estaban el padre, de hijo a nieto y así es lo que era. Nadie más (entrevista con empresario sindhi).

Sin embargo, las relaciones personales y los contactos familiares son considerados parte de su estrategia de negocio. Por esa razón están con-

tinuamente viajando y manteniendo reuniones con otros miembros de la comunidad para conocer posibilidades de inversión y creación de negocios en otros lugares del mundo. Las asociaciones y los clubes indostánicos cumplen no solo con una importante función cultural y religiosa, sino que también tienen un extraordinario protagonismo como lugar de encuentro para hacer negocios.

Nuevas estrategias económicas: nuevas actividades y profesionalización

A lo largo de la primera mitad de los años ochenta se mantuvo la rentabilidad de los negocios de electrónica. Sin embargo, la entrada de España en la Unión Europea eliminó paulatinamente el régimen de puertos francos y redujo los niveles de ganancia de los comerciantes.

Las primeras dificultades económicas supusieron respuestas adaptativas entre los empresarios sindhis. Por ello se han observado en los últimos veinte años algunos procesos de cambio en las pautas de negocio y de integración económica de los comerciantes indios en Canarias que incluyen tanto la profesionalización de los más jóvenes, el desplazamiento a otros enclaves, en las islas y en el exterior del archipiélago, y la inversión en nuevas actividades y tipo de comercios.

En primer lugar se produjo un desplazamiento paulatino de los negocios de la comunidad hacia los nuevos enclaves turísticos que se crearon en el sur de las dos islas principales, en Lanzarote y Fuerteventura. Este desplazamiento ha supuesto la pérdida de peso de los comercios en las dos capitales y una dispersión geográfica de la comunidad. La estrategia fue desplazarse, buscando nuevas clientelas, hacia aquellos lugares donde se localizaba el turismo europeo, municipios como Mogán, San Bartolomé de Tirajana, Arona, Adeje y La Oliva. Aunque algunos de los comercios mantuvieron la venta de productos electrónicos, a lo largo de los años noventa se produjo una diversificación y crecieron los comercios de productos de lujo, en especial de joyas, de perfumes, moda y complementos de marcas exclusivas. En definitiva, muchos de los tradicionales bazares de electrónica han sido sustituidos por nuevos negocios más modernos y lujosos, donde se venden algunas mercancías importadas que tienen un régimen impositivo especial, como los perfumes o las marcas de diseño. Estos nuevos comercios se han dirigido a una cliente-

la extranjera y nacional, de turistas británicos y alemanes que llegan a las islas en los cruceros o en los paquetes de las grandes empresas turísticas, así como a la clase media y alta local consumidora de productos de calidad. De ahí que se hayan producido algunos procesos de relocalización de los negocios en las islas y que hoy algunas de las asociaciones más importantes de la comunidad se localicen fuera de las capitales.⁴² Otros miembros de la comunidad han optado por trasladarse a otras ciudades españolas, como Málaga, o al extranjero porque consideran que las islas ya no ofrecen tan buenas condiciones económicas como antaño. Esta respuesta adaptativa, la de cambiar sus negocios y ofrecer nuevas mercancías, así como la de trasladarse a otros lugares donde mejorar sus oportunidades encajaría en cierta medida con la interpretación culturalista de las teorías sobre el empresariado étnico:

En Santa Cruz el mayor negocio era antes de los soldados. Antes era mili obligatoria, entonces había mucha gente de fuera hacer mili aquí y cuando tenía permiso se regresaban fuera de Canarias y hacían sus compras. Y cuando dejó de ser la mili obligatoria entonces el negocio de los soldados se terminó. Y aparte además estaba el negocio cuando el tema del Canal de Suez, que no sé si estaba cerrado, pero pasaban todos los barcos por Canarias, del año setenta y dos hasta el ochenta y tantos (entrevista a comerciante sindhi).

A partir del año 1980 vinieron los buques rusos y eso también dejaba mucho en el bolsillo para ellos, básicamente los hindúes pues en esa época eran todos comerciantes, no personalmente, no conozco que nadie estuviera en el campo profesional, a partir de ochenta, a mediados, cuando España entró en el mercado común, el negocio de la isla empeoró y el negocio de los hindúes empezaron a bajar mucho. En esa época, el sur no estaba conocido mucho, solamente existía Santa Cruz de Tenerife, no existía Playa de las Américas y entonces el negocio estaba solamente en Santa Cruz de Tenerife y en Puerto de la Cruz. En otras islas, por ejemplo en La Gomera, La Palma o Hierro, nadie se atrevía a ir allí, quizá porque no había ningún hindú allí. Normalmente un hindú va donde hay otro compañero e igual le pasaba en Las Palmas de Gran Canaria, todos estaban ubicados en el centro de la ciudad y poco a poco, cuando empezaron a construir la zona turística del Sur de la isla, pues muchos dejaron el centro y se marcharon para el sur. En aquellos tiempos, también en los años noventa, Lanzarote y Fuerteventura tampoco eran muy conocidas, pero algunos de los hindúes tomaron la decisión de ir a ver, a ver qué posibilidades hay de montar ne-

gocio, y así, pues, empezaron a venir 1, 2, 3, 4, muchas familias, y ahora el negocio de allí está floreciendo mucho (entrevista a comerciante sindhi).

También se han observado otros dos tipos de transformaciones de enorme calado en la última década. En primer lugar la entrada de los comerciantes indios en otros sectores económicos, especialmente en el sector financiero y en Bolsa a partir de la iniciativa y el liderazgo de Ram Bhavnani. El sector inmobiliario y las empresas de infraestructuras también han recibido capital de los comerciantes indios.

En segundo lugar, el desarrollo de empresas de servicios, especialmente entre empresarios más jóvenes cuyos padres eran propietarios de bazares de electrónica. Algunos jóvenes han creado empresas de informática, pero otros han montado filiales y franquicias de compañías de seguros, agencias de viaje e inmobiliarias.

Sin embargo, una de las dinámicas más relevantes, que se aleja en cierta medida de la tradición comercial de la comunidad, es la creciente profesionalización de los jóvenes, especialmente entre los nacidos y criados en el archipiélago, una profesionalización que incluye tanto el trabajo por cuenta ajena, como el trabajo por cuenta propia. Este aspecto se compagina con el acceso a empleos en la Administración pública, un proceso más minoritario y reciente que solo ha sido posible entre los que han adquirido la nacionalidad española:

Pero ahora con el bajón económico en el mundo pues él hindú, siempre ha mirado su vida, su punto de vista, como comercial, pero nuestros hijos que han nacido aquí, que han crecido aquí, que han estudiado aquí, pues han decidido cambiar su ritmo de la vida, por eso ahora, si miramos a nuestros alrededores, pues vemos profesionales en el campo de la medicina, campos de bancos, banca, hay arquitectos, hay ingenieros, hay incluso profesores en la universidad también, y así en los últimos siete u ocho años la opinión de los jóvenes ha cambiado mucho, entonces ellos han decidido no seguir con el mismo negocio de los padres y han intentado buscar otro camino. Yo creo que todos los hijos que han tomado esta decisión están felices. Antes una familia hindú, la gente siempre ha dicho que una familia (entrevista con comerciante sindhi).

La profesionalización está incluyendo fundamentalmente el trabajo en los sectores de la medicina, la enseñanza y los medios de comunicación, así como el sector de la banca y las consultorías. Algunos de los em-

pleados del sector financiero están compatibilizando su actividad económica con el trabajo en negocios propios, una estrategia de diversificación de riesgos en un momento de reducción de beneficios. Esta profesionalización de los más jóvenes también ha alcanzado a un segmento de las mujeres de la comunidad, algunas de las cuales se han incorporado a los negocios familiares bien como vendedoras, bien como gestoras de los departamentos de contabilidad, según los informantes, pero también trabajan en el sector bancario y otras empresas financieras. En este sentido fueron particularmente expresivas las declaraciones del pasado mes de diciembre del cónsul general de la India en Canarias, Gope Bhagwandas Mahtani, cuando afirmaba: «Nuestros negocios son ahora las inmobiliarias, la medicina y el derecho» (*El Día*, 15 de diciembre de 2008).

Conclusiones

Una de las singularidades del archipiélago canario como región de instalación de comunidades de origen extranjero ha sido la antigüedad de la presencia y su singularidad y diversidad. La localización geográfica, en las rutas del comercio en el Atlántico, y su régimen económico especial, así como su condición de puerto franco, propició la instalación de poblaciones muy diversas en la procedencia, vinculadas en la mayor parte de los casos a actividades comerciales.

La presencia de poblaciones de origen asiático tiene una larga tradición, que se remonta a finales del siglo XIX. Las primeras comunidades procedían de la India y de algunos países de Oriente Medio. Con el auge del turismo y de la economía en los años setenta se intensificaron algunos de los flujos tradicionales, como el protagonizado por los comerciantes sindhis. También se establecieron en suelo canario nacionales de Corea y Japón, que han conformado comunidades pequeñas y vinculadas al sector pesquero y al comercio al por mayor.

A mediados de los años noventa, Asia ocupaba la tercera posición como continente de procedencia de los extranjeros residentes en el archipiélago y sus nacionales representaban el 10,2% del total. Antes de los cambios de la última década, la única comunidad asiática con peso demográfico y económico en el archipiélago era la conformada por ciu-

dadanos de origen indio. La presencia de nacionales de otros países asiáticos era muy escasa. Pese a ello, a mediados de los años noventa Canarias ocupaba la tercera posición como comunidad de asentamiento de los ciudadanos asiáticos en España con el 14% del total, tras Madrid (29,7%) y Cataluña (25,7%). A pesar de lo modesto de las cifras, el archipiélago contaba con la comunidad india y la comunidad coreana más numerosa a escala nacional.

Sin embargo, el panorama se ha transformado considerablemente en los últimos años si atendemos a la distribución por nacionalidad. El número de ciudadanos indios se ha incrementado levemente entre 1996 y 2008, mientras se observa un importante crecimiento de otras nacionalidades, especialmente la de los ciudadanos chinos. Los datos muestran que hoy los inmigrantes chinos constituyen el colectivo asiático más voluminoso en las islas Canarias, al igual que en el resto del país. En este sentido se puede hablar de una homogeneización, de una «normalización» de la pauta de recepción de comunidades asiáticas respecto a otras regiones españolas en esta fase, un proceso que no se había apreciado en etapas anteriores.

La vocación empresarial y comercial de las comunidades asiáticas establecidas en las islas Canarias es sobresaliente, tanto en el caso de los indios como en el de los ciudadanos chinos y coreanos. Su actividad se ha centrado en dos sectores: las empresas de importación y exportación y el comercio al por menor. La instalación residencial de estas comunidades coincide con la localización de sus negocios. Los asiáticos residen y concentran sus actividades comerciales en las áreas metropolitanas de las dos islas mayores y en los principales municipios turísticos, que en la mayoría de los casos se convierten en los núcleos más poblados después de las capitales insulares.

El estudio sobre la comunidad histórica asiática más importante en el archipiélago, la constituida por los comerciantes sindhis, ha permitido determinar la influencia e intensidad de sus prácticas transnacionales y el papel primordial que estas han tenido en la instalación y la actividad comercial desde finales del siglo XIX. Nos encontramos, por tanto, ante un ejemplo singular de internacionalización de la economía española en el pasado, que todavía se mantiene. Sus vínculos con otros miembros de esta diáspora comercial les ha permitido no solo proveerse a buen precio de productos, sino obtener información sobre las dinámicas de otros mercados y buscar oportunidades de negocio para establecer filiales comer-

ciales; de ahí que algunos de los empresarios cuenten hoy, como en el pasado, con comercios en diversos puntos del mundo y que las empresas medianas y grandes sean genuinamente multinacionales, con sucursales en distintos puntos de la red.

A lo largo del último siglo las actividades comerciales de los *sindhis* han experimentado una serie de cambios importantes. A los tradicionales comercios de productos textiles y de bazares de mercancías exóticas le siguieron en los años sesenta los comercios especializados en productos electrónicos. En la última década se ha observado una diversificación de su actividad comercial con el aumento de los comercios dedicados a productos de lujo e informáticos y la aparición de empresas de servicios regentadas, fundamentalmente, por jóvenes de segunda generación nacidos y criados en Canarias. Pero quizás uno de los fenómenos más sobresalientes haya sido la creciente profesionalización entre las nuevas generaciones, incluidas algunas de las mujeres que forman parte de la comunidad.

7. Empresariado asiático en Madrid

Débora Betrisey Nadali

Inserción laboral de la población asiática en el mercado de trabajo local

La reestructuración del mercado laboral en las grandes ciudades europeas y españolas, a causa de los cambios en la forma de producir y del consumo,⁴³ generó una fuerte polarización social dando lugar, por un lado a un segmento de población trabajadora (nacional o extranjera) de elevados salarios y alta movilidad espacial, en consonancia con el desarrollo de ciertos sectores económicos internacionales (negocios financieros, multinacionales, alta tecnología, informática, etc.), y por otro lado a un sector de trabajadores de empresas de servicios donde se ubican jóvenes, mujeres e inmigrantes que, a pesar de su cualificación se ven obligados a aceptar empleos de carácter temporal, sin posibilidades de regularización, con bajos ingresos y condiciones laborales degradadas, alternando empleo precario con desempleo (Lahera, 2005; Castillo, 1998, 2004).

Específicamente, en el año 2007 la participación de la población extranjera en el sector de los servicios y la construcción oscila entre el 8% y el 24% distribuidos en las siguientes ramas de actividad: comercio al por mayor, comercio al por menor y hostelería⁴⁴ (Pajares, 2007).

La población asiática que forma parte del sector de los servicios se inserta básicamente como trabajadores *por cuenta ajena* y en menor proporción de *autónomos o cuenta propia* dedicados al comercio, la construcción y los servicios a otras empresas. Según los datos totales proporcionados por la Seguridad Social para el año 2007 en Madrid, el 77,4% (69,9% hombres y 30,1% mujeres) de la población asiática son trabaja-

dores por cuenta ajena y un 22,6% trabajadores por cuenta propia (62,7% son hombres y 37,3% son mujeres).⁴⁵

Como luego analizaremos, muchos de los empresarios asiáticos se dedican a actividades de restauración, peluquerías, comercios al por mayor y al detalle, inmobiliarias, de telecomunicaciones, etc. Estas empresas suelen satisfacer una amplia demanda de la población de clase media-alta nacional (restaurantes «étnicos» de lujo, productos de las principales marcas comerciales del país) y también el consumo de pobladores nacionales y extranjeros de bajos ingresos. Especialmente, los comercios al por mayor y los pequeños comercios son los más numerosos y suelen estar ubicados en diversos barrios céntricos que han sufrido cambios económicos y urbanísticos en las últimas décadas o en grandes polígonos industriales, como el caso de Fuenlabrada.

Una de las características actuales del sector empresarial, en general, es la reorganización social del proceso de trabajo, producto de la continua conducción de determinadas fases del sistema productivo hacia el exterior. Esto se lleva a cabo subcontratando a otras empresas que compiten entre sí en los procedimientos de fabricación u otorgamiento de servicios, ofreciendo reducir los costes salariales. Así se construye un creciente mercado de trabajo que ofrece empleos en condiciones degradadas (intensos ritmos de trabajo, jornadas alargadas), con bajos salarios y una elevada proporción de contratos a tiempo parcial (Lahera, 2005; Castillo, 2004). En estas condiciones laborales inmigrantes asiáticos procedentes de China y Bangladesh, por ejemplo, son empleados en talleres de confección o en el domicilio por sus propios «paisanos», con el objetivo de fabricar prendas para las grandes marcas o para la venta en los comercios minoristas. Los datos de la Seguridad Social desagregados por nacionalidades asiáticas para el año 2007 en Madrid revelan la participación de trabajadores de origen chino, pakistaní y bangladeshí en empresas de subcontratación de la construcción, en la fabricación de piezas de maquinarias o vehículos y en empresas que establecen servicios a otras empresas, donde se suelen reproducir estos patrones de precariedad.

En términos generales, los *trabajadores asiáticos por cuenta ajena* muestran una distribución claramente polarizada en términos de cualificación y salarios. Por un lado, una gran mayoría se distribuye en empleos de baja cualificación y remuneración y por otro existe un número reducido de pobladores, de origen japonés, indio, coreano, taiwanés y chino, que se insertan en empleos que requieren preparación universitaria o secun-

daria relacionada con ocupaciones directivas, ejecutivas y administrativas en las grandes empresas multinacionales dedicadas a las finanzas y las tecnologías de la información con sus sedes en distintas zonas de Asia, Europa o Estados Unidos.⁴⁶

Empresas y empresarios asiáticos

En el contexto urbano madrileño nos proponemos conocer y analizar las diversas prácticas y representaciones de un conjunto de empresarios asiáticos, en torno a las actividades económicas locales y transnacionales que llevan a cabo en tanto sujetos sociales.

A efectos de enmarcar el objeto de estudio resultó indispensable establecer una descripción de las «empresas asiáticas», que se emplazan en Madrid, considerando los procesos sociales, económicos y políticos donde se insertan. Por «empresa asiática» entendemos toda unidad organizativa dedicada a realizar actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios compuesta por titulares y empleados de origen asiático reconociendo una amplia diversidad etnonacional: chinos, japoneses, coreanos, taiwaneses, bangladeshíes, pakistaníes o indios. Esta decisión metodológica no implica renunciar a caracterizar a los agentes sociales que la componen, ni a sus prácticas concretas, sino que exige que en un primer momento los datos de los mismos sean reconstruidos a partir de esta primera aproximación de las empresas dentro del campo económico actual.

En este sentido hemos tenido en cuenta las siguientes dimensiones analíticas para caracterizar a las «empresas asiáticas»: *estructurales* (edificios, equipamiento, capital inicial, antigüedad, etc.), *proceso de trabajo* (tipo de producto, proceso de producción y valoración), *organización del trabajo* (compraventa de fuerza de trabajo, trabajo familiar, trabajo informal o no regulado). A su vez se aplica un énfasis especial en el *capital social* acumulado por el empresario, entendido como la red de relaciones locales y transnacionales que proporciona cierta ventaja competitiva al garantizar importantes rendimientos económicos.

En un primer apartado nos centramos en la caracterización de dichas empresas a través de las fuentes de datos disponibles,⁴⁷ tales como informes técnicos, investigaciones, registros/estadísticas, junto con algu-

nas entrevistas en profundidad. Esta caracterización no se debe entender como un modelo acabado y cerrado, sino que se encuentra condicionada a los datos obtenidos.

En segundo lugar, analizamos un conjunto de trayectorias migratorias y empresariales a través de los llamados «estudios de casos». Consideramos que dichos estudios representan una fuente fructífera de conocimiento para abordar los procesos migratorios y económicos puesto que requieren incorporar herramientas metodológicas como la observación participante y la entrevista en profundidad que prestan atención a los verdaderos protagonistas, es decir, a los sujetos de los actos migratorios y económicos, a lo que dicen y hacen en el marco de sus historias vitales (Betrisey, e.p.).

Para la obtención de «los casos» se ha utilizado como estrategia de investigación el llamado «muestreo teórico» (Glasser y Strauss, 1967). En este sentido, hemos seleccionado a doce empresarios, cuatro mujeres y ocho hombres (de diversos orígenes asiáticos: chinos, taiwaneses, bangladeshíes, japoneses) dedicados a distintas actividades empresariales (principalmente pequeños comerciantes, dueños de restaurantes y empresarios de importación/exportación), a partir de un conocimiento general sobre la composición de las empresas asiáticas en Madrid y el proceso de diferenciación que existe entre ellas. Este grupo no es homogéneo, sino que sus integrantes están influidos por criterios objetivos de diferenciación (edad, sexo, nivel educativo y social y antigüedad en la ciudad y en la profesión) que condicionan sus *puntos de vista y percepciones*.

Por último cabe destacar que la selección de las unidades de análisis no se basa en criterios de representatividad estadística. Por lo tanto, las conclusiones extraídas de estos datos no permiten producir generalizaciones sobre el total de la población asiática, pero sí se pretende que los resultados sean relevantes desde un punto de vista teórico.

Multinacionales

A partir de la liberalización de la economía española, a finales de los años sesenta, las *empresas multinacionales* de origen asiático (Sony, Sanyo) comenzaron a instalarse en España. Su influencia se incrementó en los años ochenta a través de una serie de medidas políticas centradas en la desregularización, la privatización y la disminución de los contro-

les impuestos a los inversores extranjeros. Estas multinacionales se caracterizan por una organización basada en la flexibilidad, la innovación y la alta competencia en la búsqueda permanente de mano de obra barata y de proximidad a mercados más favorables.

En la actualidad, algunas empresas de origen asiático implantadas en Madrid se encuentran bajo el control de una unidad matriz en Japón, Corea o Taiwan, operando bajo la lógica de las multinacionales⁴⁸ para llevar a cabo sus procesos de producción. Estas grandes industrias japonesas, coreanas y taiwanesas se instalan en Madrid para desarrollar uno o más de los siguientes procesos productivos: fabricación de productos intermedios o productos finales, y también la instalación de servicios empresariales y de finanzas. En términos generales, muchas de las multinacionales de origen asiático están dedicadas a la distribución y comercialización más que a la producción final. Suelen ser el producto de inversiones directas, pero también de fusiones y adquisiciones de empresas españolas y europeas. Se localizan en el denominado «corazón financiero y empresarial de Madrid»: los distritos Centro (Gran Vía, plaza de España), Salamanca y Tetuán.

La presencia de capital coreano y taiwanés se aglutina en la industria electrónica, automotriz, equipos de transporte, industria textil, maquinarias, productos químicos, energía renovable, etc. (Wang y Santacana, 2005). Las multinacionales japonesas instaladas en Madrid se concentran en el sector de la maquinaria industrial, herramientas, acero, metales no férreos, equipos de transporte (automóvil, electrónica), equipo médico, disolventes, productos petroquímicos, comida, productos textiles y el sector de la joyería.

Históricamente, el capital japonés se hace significativo en el contexto español a finales de los años sesenta a través de las llamadas *sogo shosha*, es decir, corporaciones diversificadas con intensa actividad comercial. A mediados de los años ochenta se incrementa la presencia de diversas multinacionales japonesas en Madrid, dedicadas al sector de la electrónica (Panasonic, Pioneer, Seiko, Sharp, Canon), del automóvil, equipos y componentes de transporte, productos químicos, así como también bancos e intermediarios financieros que tienen un papel relevante en la financiación de las empresas niponas (Ruesga y Tokado, 1996). En los años noventa, coincidiendo con el estallido de la crisis japonesa (Itoh, 2006), predominan en el sistema organizativo de las multinacionales las decisiones de «deslocalización», visualizando a los países de Europa de Este y a China como

lugares rentables para establecer su producción con abundante mano de obra a bajo coste.⁴⁹ Esta crisis afectó también a muchos de los bancos japoneses acelerando su salida de España e instalándose en otras ciudades europeas: París, Londres o Milán. La recuperación de la economía japonesa a partir del año 2000, en gran parte por la demanda exterior, junto a la entrada de España a la Comunidad Europea vuelve a consolidar la presencia de las multinacionales en ciudades como Madrid (Itoh, 2006).

En algunas multinacionales japonesas cabe remarcar la existencia de una «segmentación étnica» en la organización del trabajo (Ribeiro, 1999) que se expresa a través de dos grandes segmentos de trabajadores. Uno conformado por los cuadros directivos de origen japonés de alta cualificación y otro por empleados españoles (administrativos, técnicos, etc.). Los trabajadores que representan a la élite administrativa (directores y asesores japoneses), son los que se encuentran inmersos en el circuito migratorio que impone la lógica de las grandes multinacionales a través de las transferencias de equipo y personal en diversas filiales o sedes ubicadas en distintas partes del planeta.

A su vez, la configuración interna de las propias empresas donde trabajan dichos directivos establece cierta «ayuda» con el objetivo de procurar el bienestar comunitario de los trabajadores japoneses, proporcionando una vivienda, información para educación de los hijos y el ocio, etcétera.

En la ciudad de Madrid, las multinacionales como Mitsubishi España, Mutsubishi Heavy Industry, Fujitsu, Nissan o Tokio Mitshibishi Bank se aglutinan en la denominada Asociación de Empresarios Japoneses en España (Suiyo-Kai Madrid). Esta Asociación es la encargada, entre otras cosas, de poner en marcha la «ayuda» que necesitan los trabajadores provenientes de Japón (ejecutivos, directivos). Según M., director de una importante multinacional y miembro de la Asociación Suiyo-Kai Madrid, en un intento por distanciarse de la representación de otras asociaciones asiáticas en Madrid basadas en la idea de «banco privado» u «empresa», dice que la conformación de la misma tiene por objetivo «ayudar a los trabajadores japoneses» a solucionar diversos aspectos que competen a su vida cotidiana en un contexto que, en un primer momento, suele estar cargado de extrañamiento.

Entre las principales actividades de dicha asociación ha destacado su activa participación en la obtención de los permisos de trabajos para las élites directivas,⁵⁰ como así también la financiación del Colegio Japonés, lugar donde se socializan los hijos de los trabajadores de estas

empresas. La presencia de este colegio, permite que los niños no pierdan continuidad con su sistema de enseñanza al regresar a Japón con sus padres. También sirve de apoyo financiero a asociaciones culturales, tales como Suiyokai (Asociación de la Comunidad Japonesa en Madrid) destinada a difundir la «cultura japonesa» en la capital madrileña. Su participación se hace más evidente en la fiesta del Año Nuevo japonés, como espónsor de uno de los referentes festivos más importante de los pobladores japoneses ante la sociedad española.⁵¹

Empresas de importación/exportación

Además de las multinacionales, otros de los negocios característicos de los pobladores asiáticos en Madrid son las empresas de *importación-exportación*, que aparecen a finales de los años ochenta y se incrementan durante los años noventa. La proliferación de estos negocios encuentra parte de su lógica en las nuevas dinámicas de comercialización (la entrada de países como China en la Organización Mundial del Comercio) y en las diversas formas de producir que se desencadenan globalmente. También cobran un importante valor en este tipo de empresas las redes sociales que permiten articular diversos espacios económicos transnacionales (Portes, Haller y Guarnizo, 2001).

La mayoría de los negocios que hemos analizados se encuentran regentados por ciudadanos chinos, taiwaneses, indios y bangladeshíes, que abastecen con sus productos importados de China, India, Bangladesh, Corea del Sur y Taiwan a un número importante de comercios (cuyos propietarios son españoles y extranjeros) situados en diferentes puntos de la capital y de España. Las principales mercancías que se importan desde estos países asiáticos son productos alimenticios, electrodomésticos, electrónica, productos textiles y complementos, juguetes, artículos de regalo, papelería, herramientas, etcétera.

A falta de poder recabar todos los datos referidos a la compraventa de los productos mencionados, hemos limitado el análisis a las diferentes lógicas sociales y económicas que sustentan la producción y comercialización de los productos textiles globalmente, por estar relacionadas con la creación de empresas de importación-exportación de ropa y complementos textiles de origen asiático en Madrid.

Desde los años setenta, producto de la movilidad de capitales y la

«deslocalización» de las empresas textiles españolas, dicho sector presenta en España un bajo nivel de inversión neta, un alto nivel de desinversión, un bajo nivel de crecimiento de la producción y un alto nivel de reducción del número de ocupados: un total de 55.800 ocupados menos que en el período 2001-2003. La industria textil que prosperó en España se adhirió al llamado proceso de «modernización» y realizó inversiones en tecnología, promoción y creación de imagen. Una de las consecuencias más inmediatas fue el incremento de mano obra cualificada, encargada de dirigir y coordinar las actividades en el exterior, en detrimento de una importante reducción de plantilla (*La Vanguardia*, 19 de noviembre de 1997). Por otro lado, se acelera la creación de instalaciones productivas en países con mano de obra de bajo coste y poco cualificada para la reexportación (Da Silva Bichara, 2004).

En términos generales, el traslado de la producción de las grandes fábricas textiles europeas y españolas en particular, se realiza hacia las llamadas zonas de procesamiento de exportación (EPZ), que se encuentran ubicadas en diversas partes del mundo (Europa Oriental, países del Magreb, latinoamericanos y asiáticos) y se caracterizan por ser zonas con incentivos económicos especiales para atraer la inversión extranjera (reducción fiscal, creación de estructuras de servicios de mantenimiento por parte de los gobiernos, salida fácil de las ganancias y mano de obra barata).

En 1975 funcionaban 75 EPZ en 29 países. En la actualidad existen 3.000 EPZ que dan empleo a más de 67 millones de trabajadores, de los cuales 30 millones son trabajadores chinos, migrantes rurales que trabajan más de 14 horas diarias por menos del salario mínimo, bajo condiciones laborales deplorables y con riesgos para la salud (American Center for International Labor Solidarity, 2003).

Por otra parte, en los años ochenta, a causa de las presiones económicas y las exigencias del organismo internacionales (FMI) Bangladesh presenta un importante crecimiento industrial, centrado en la industria textil para la exportación. Esto dio lugar a la creación de talleres y fábricas de ropa en las que trabajan un número importante de mujeres y niños bajo precarias condiciones laborales (American Center for International Labor Solidarity, 2003). Así lo expresa uno de nuestros informantes, licenciado en economía y dueño de un restaurante, que reflexiona sobre las condiciones de producción de las mercancías textiles en Bangladesh:

La actividad principal es la agrícola, y la segunda actividad es la industria, pero la industria no es propia de Bangladesh, son empresas grandes de otros países. Allí hay zonas francas, libres de aranceles y allí montaron las empresas, lo que pasa es que trabajan niños, mujeres, todos, por ejemplo, te vas [...] aunque aquí poco, pero en cualquier supermercado del mundo te vas y dice fabricado en Bangladesh pero puede ser que el niño que lo ha fabricado no tenga ropa puede ser [...] Ahora si son gerentes él ganaría más de 2.000 euros mensuales, pero un trabajador normal y corriente ahí ganaría un máximo de 100 euros mensuales o menos todavía, algunos incluso 40, 50 euros mensuales [...] por ejemplo yo todo lo que llevo (señala su camisa a cuadros y el resto de la ropa) me lo he traído de Bangladesh, porque esta camisa si comparas con España yo allí compro por dos euros o un euro pero es una camisa de calidad, pero una camisa como esta aquí vale 10 o 15 euros allí van a hacer un euro [...] más barata.

Las condiciones que marcan la producción de bienes intensivos como el textil y otros productos en los países asiáticos (mano de obra barata y abundante) permiten un acelerado aumento de las exportaciones hacia diferentes mercados, entre ellos los ubicados en el contexto español que captan previamente las empresas de importación-exportación.

El acceso a una red de proveedores ubicados en diferentes regiones asiáticas constituye un elemento fundamental para estos sectores empresariales. A través de los casos de empresarios taiwaneses podemos ver una de las múltiples formas en que se crean, controlan y activan los vínculos con los productores y distribuidores de dichas regiones asiáticas, con el objeto de conocer los procesos sociales y culturales que entran en juego en estas relaciones. La red de proveedores de dichos empresarios no se encuentra relacionada con la presencia de parientes o amigos en diversas regiones asiáticas, sino que se construye paulatinamente a través de las visitas a las ferias o encuentros comerciales, mediante un conocimiento previo a través de Internet o de las propias embajadas asiáticas en Madrid.

Una de las características fundamentales para el inicio de estas relaciones es la existencia de «confianza» entre compradores y vendedores. En este sentido, la «confianza» significa que las personas que entablan una relación comercial reconocen como válidas las afirmaciones e intenciones del otro. Para ello es necesaria la presencia de una «buena reputación», tanto en vendedores como en compradores, que debe ser puesta a prueba y confirmada de forma permanente. De hecho, estas relaciones de

«confianza» se pueden romper en relación con las representaciones sociales negativas que se generan en torno a los proveedores por su supuesta incapacidad para llevar a cabo un trabajo riguroso y bien hecho. Así lo explica, S., dueña de una empresa de importación y exportación de productos de oficinas:

Ves una taza y se puede tomar, pero sin asa, porque se rompió (haciendo referencia a los productos chinos que compran). Los chinos si pueden colar, cueela [...] No me ocurre con Corea, con Japón, si firmas un contrato, pero los chinos si te pueden robar el dinero de una cena te lo roban. Yo le dije la última vez con unos chinos, ese dinero que te vas a quedar no te queda ni para una cena e irte de putas, yo se lo digo así en la cara [...] se quedó todo rojo, es un jueguista, lo conozco a través de un agente [...] Entre ellos [los chinos] sí trabajan bien, pero entre ellos, no le importa calidad, yo voy dos veces al año a China, vas hablas con ellos te pegas horas hablando y vienes aquí abres ordenador y sale problemas, ¿no habíamos quedado ya? Y me dicen es que mi obrero se ha cortado el dedo y a mí que me influye eso [...] por eso nosotros trabajamos con Japón, incluso con Israel pero como ahora tienen problemas me ha parado el suministro [...] corrector y lápiz [...] al final hemos encontrado en Malasia [...] parece serio, no he tenido experiencia pero ahora [...] Tenemos que ir a la fábrica a ver si son serios [...] si la empresa es fuerte y no cierra.

Como ya dijimos, los dueños de los comercios de importación-exportación de diversos rubros no solo están vinculados con empresas internacionales proveedoras de mayor o menor tamaño (multinacionales, talleres, etc.), sino también a una amplia red de empresas españolas y extranjeras (chinos, pakistaníes, indios, bangladeshíes, portugueses, italianos, alemanes, etc.) que adquieren sus productos, situadas en la capital y otros puntos del país.

En lo que respecta a la vinculación comercial con estas empresas españolas y asiáticas podemos destacar: *grandes almacenes comerciales de origen español* (El Corte Inglés, Vips, entre otros), *industrias productivas a pequeñas escala* que producen ropa y calzado, los *talleres domiciliarios* donde se incorpora el trabajo de mujeres y jóvenes, el *comercio mayorista*,⁵² el *comercio minorista*, los *restaurantes «exóticos»* y también la *venta ambulante* llevada a cabo por los inmigrantes recién llegados sin recursos económicos y sociales, en un contexto urbano que no permite absorber toda la mano de obra en el ámbito de la economía formal.

En términos generales estaríamos frente a un sector social que ha experimentado un ascenso social en la ciudad a través de la incursión y éxito en un sector comercial asociado a las nuevas formas de producción capitalistas «flexibles», que conjuntamente con el trabajo familiar inicial y las redes sociales transnacionales dio lugar a una diferenciación social dentro del los comerciantes asiáticos.

Estos comerciantes poseen dentro del campo comercial una posición ventajosa en relación con los comerciantes minoristas, obteniendo grandes beneficios económicos que se traducen en nuevas inversiones empresariales. A modo de ejemplo podemos mencionar el caso de algunos empresarios chinos en este rubro, cuyas estrategias de inversión se establecen hacia el control de otras bazas que pueden proporcionarles mayores ventajas de acumulación dentro del propio sector comercial, aumentando su carácter transnacional: por ejemplo la compra de pequeños talleres textiles en China, nuevas instalaciones para el almacenado, la obtención de recursos financieros a través de la acumulación o la inversión en el sector inmobiliario, tanto en China como en España. En cambio, empresarios bangladeshíes con menos poder de acumulación diversifican su actividad empresarial en el propio barrio instalando nuevos restaurantes o adquiriendo los traspasados por sus paisanos, también pequeños comercios de fruta, verdura, comestibles o ropa, locutorios, etcétera.

Los comercios «minoristas» y restaurantes

Los llamados *comercios minoristas*, se inician bajo la forma de empresas individuales con un bajo capital inicial de constitución. En cuanto a la búsqueda de locales, se utiliza la información que transmiten familiares o paisanos y la que proporcionan los periódicos. Se tiende a buscar locales bajo traspaso ya que esto facilita la obtención de los permisos y el aprovechamiento de las instalaciones que posee. Las instancias formales de los ayuntamientos son las que determinan el otorgamiento de las licencias para estos negocios, bajo el cumplimiento de determinados requisitos legales, tales como la necesidad de poseer o alquilar locales de amplio tamaño para guardar y mantener su capital comercial (las mercancías). En algunos casos la concesión o retirada de las licencias para ejercer la actividad comercial, en determinados espacios urbanos, por parte de los distintos agentes institucionales, no se establece según una cuestión pura-

mente burocrática («cumplimiento de requisitos») sino que se rige por otras lógicas (políticas, especulativas, planificación urbanística, tráfico de influencias, etc.) de acuerdo con los contextos locales particulares marcados por la lucha por los espacios (Betrisey, 2007).

Los pequeños comercios son de reducido tamaño (uno o dos titulares) y escasa mano de obra conformada, fundamentalmente, por familiares o «paisanos». Los dueños aportan, además del capital económico, su trabajo, al igual que las esposas e hijos. También establecen diversas relaciones laborales con los empleados provenientes de la misma zona de origen, que van desde los contratos verbales que implican un proceso de prueba y aprendizaje, a la formalización de la situación laboral.

En estos comercios generalmente se lleva a cabo la venta de ropa, complementos, múltiples productos en los conocidos como «todo a cien» (ropa, utensilios para el hogar, oficinas, herramientas, etc.), negocios de venta de materiales de informática, pequeños negocios de venta de frutas y verduras, carnicerías, almacenes, quioscos, etc. Estos suelen estar regentados por pobladores chinos, bangladeshíes, pakistaníes e indios. Los lugares donde se abastecen estos comercios son las grandes tiendas de mayoristas con productos provenientes fundamentalmente de China, India y Bangladesh.

Lugares como Mercamadrid y las grandes firmas comerciales de productos alimenticios españoles son las que abastecen a los comercios de frutas, verduras, carne, pollo, productos envasados, bebidas, lácteos e igualmente comerciantes mayoristas que venden productos «típicos».

Estos comercios ponen en marcha múltiples estrategias de venta, ofertas periódicas, venta a menor precio de productos que caducan pronto como la fruta y la verdura, etc. No obstante, el éxito de estas empresas no depende únicamente de las habilidades personales de los comerciantes y del trabajo familiar. Estos comercios de proximidad se desarrollan dentro de un campo económico altamente competitivo que va dirigido, fundamentalmente, a un amplio sector de la población tanto nacional como extranjera de clase media y clase media-baja que residen en determinados barrios de la ciudad.⁵³ Además, así como se establecen mecanismos de solidaridad entre comerciantes de un mismo origen etnonacional que implican ayudarse entre conocidos, también se ponen en marcha mecanismos de exclusión, rechazo y envidias que pueden dañar las relaciones entre uno y otros vendedores (ocultar información, criticar al vecino comerciante que se instaló muy cerca para hacer competencia, etc.).

Por otro lado, podemos destacar una proliferación de *empresas de servicios personales* establecidas por japoneses, chinos, indios, coreanos o taiwaneses, adecuadas a las nuevas estructuras de consumo de una población de clase media-alta, relacionadas con el turismo (agencias de viaje), los gimnasios de artes marciales, los consultorios de medicina oriental, los idiomas, enseñanza de artes plásticas, peluquerías, locutorios, etcétera.

Por último, los *restaurantes* son otra de las actividades que caracterizan al colectivo asiático. Autores como Beltrán (2000) o el Colectivo IOE (1999) han profundizado sobre la inserción de los inmigrantes chinos en el sector de la restauración (restaurantes) como una de sus principales estrategias económicas. En los últimos quince años, la instalación de restaurantes se torna una actividad primordial para pobladores japoneses, indios, taiwaneses, pakistaníes y bangladeshíes. Nuestro trabajo empírico pone en evidencia que en todos los casos no existe una correspondencia entre la nacionalidad de los dueños y el tipo de comida que se ofrece. Por ejemplo, restaurantes cuyos dueños son de Bangladesh o de China llevan la denominación pública de «restaurantes hindúes» o «restaurantes japoneses».⁵⁴ Esto se debe a que en determinados contextos del espacio urbano, la «diversidad cultural» de algunos inmigrantes más que otros, expresada en productos materiales y simbólicos de «otras culturas» (fiestas, ropas o comida), es «aceptada» por determinados sectores de la sociedad española como algo «exótico». De este modo algunos empresarios asiáticos de la restauración se reapropian de esa imagen de la diferencia entendida como «adorno», ofreciendo productos «típicos» en restaurantes que van dirigidos especialmente a los sectores españoles. (Lyman y Douglass, 1994).

En términos generales, las diferencias entre estos restaurantes no son pronunciadas. Es decir, los negocios poseen un tamaño pequeño o mediano, la mano de obra es familiar o contratan a compatriotas, la compra de los alimentos se realiza en las tiendas mayoristas, tanto españolas como asiáticas, los servicios ofrecidos son de bajos precios y establecen similares estrategias de atención, etc. Sin embargo, en las últimas décadas el aumento de la oferta en este sector significó para muchos el cierre de los negocios, pero para los denominados «pioneros en el rubro», especialmente los taiwaneses con importantes bazas acumuladas, implicó poner en marcha nuevas estrategias comerciales que permitirían mejorar su posición dentro de la oferta de restaurante asiáticos y ocupar un espa-

cio «diferenciado» satisfaciendo las demandas de una clientela española con alto poder adquisitivo. Y también se apuesta por la diversificación en otras actividades empresariales (importación-exportación, comercios minoristas, inmobiliarias, etc.).

Trayectoria empresarial de pobladores asiáticos: análisis de casos

En la ciudad de Madrid hemos estudiado la trayectoria empresarial de doce empresarios de origen asiático (cuatro mujeres y ocho hombres), procedentes de China, Japón, Taiwan y Bangladesh, dedicados al pequeño comercio, la restauración y las empresas de importación-exportación.

Entre las principales características de nuestros informantes podemos destacar las divergencias en el origen social y económico que marcarán sus trayectorias sociales. La mayoría proviene de hogares de clase baja o media, del ámbito rural y urbano, donde la migración de algunos de sus miembros forma parte de las estrategias familiares. El nivel educativo de los hombres entrevistados mayores de 60 años es bajo (primaria o primaria incompleta), en cambio hombres y mujeres entre 40 y 50 años poseen una educación secundaria y universitaria (completa e incompleta). Exceptuando algunos inmigrantes taiwaneses que vinieron a Madrid becados para llevar a cabo sus estudios universitarios, los motivos de la migración están asociados a la necesidad de «progresar o mejorar» en términos económicos ante la falta de un «buen porvenir» en sus lugares de origen. En algunos inmigrantes bangladeshíes, esto se conjuga con la necesidad de huir de los conflictos políticos de sus respectivos países.

La edad de llegada a la capital de estos empresarios oscila entre los 23 y 35 años. En general, sus primeras incursiones en el mercado laboral, antes de llegar a España, eran en empleos de baja cualificación (camarero, ayudante de mecánico, vendedor ambulante, etc.) con la excepción de un inmigrante proveniente de Bangladesh, nacido en el área rural, que trabajaba como economista en una empresa financiera. Quienes vinieron por estudios a la ciudad de Madrid provenían de familias de clase media o media-alta y su inserción en el mercado laboral era prácticamente nula.

«*Ser empresario, ser independiente*»

El inicio de la trayectoria laboral de la mayoría de estos informantes en la ciudad de Madrid se caracteriza por su inserción como asalariados, generalmente, a través de procesos de reclutamiento que llevan a cabo sus propios «paisanos» o parientes que poseen pequeñas empresas dentro del sector de los servicios.

En un mercado laboral marcado por la flexibilidad, la desocupación y una fuerte competitividad por los puestos de trabajo, las redes sociales preexistentes, conformadas por los llamados migrantes «pioneros» dispuestos a proporcionar información, trabajo y apoyo material en la ciudad, se conviertan en recursos importantes para no caer en el desempleo.

Para otros, el comercio ambulante es la única ocupación posible, ya que no exige dinero, ni instrucción, ni tampoco es necesario conocer el idioma. Ante la imposibilidad de conseguir trabajo, incluso en los sectores donde habitualmente se inserta la población inmigrante, esta es una opción válida que requiere poca inversión: una manta o un cartón, la búsqueda de lugares con mucha afluencia de gente (ferias, mercadillos, plazas, esquinas transitadas, etcétera) y algún conocido que adelanta la mercancía que se pagará después de venderla:

Mi padre y yo veníamos desde Francia con bolsos y ropa que sacábamos del taller donde trabajamos [...] cruzamos la frontera, íbamos pueblo por pueblo y llegamos hasta Madrid. Yo vendía en el rastro o donde me dejaban hasta que venía la policía [...] No teníamos nada, nada, dormíamos en la calle en esa época, tuvimos que aguantar mucho, pero pudimos ahorrar un poco para poner local propio (T., comerciante mayorista de origen chino, nacionalizado español).

Insertarse en el «mundo empresarial» no es una idea «planificada racionalmente» que acompaña al proyecto migratorio de todos los entrevistados. Generalmente, para los que llegan a la ciudad con escasos recursos poner en marcha una empresa entra dentro «de lo posible» cuando se ha podido acumular una serie de capitales que permiten iniciarse como «pequeños comerciantes». Por ejemplo, *capital económico*, *capital cultural* entendido como una serie de aptitudes, conocimientos para organizar el negocio y obtener rendimientos (también se podría decir *capital humano*) y *capital social*, es decir, una red de relaciones (locales y transnacio-

nales) a través de la cual se puede movilizar una serie de recursos (mercancías, fuerza de trabajo, información, etc.) y una potencial *fuerza de venta comercial*.

Para algunos, la obtención de las empresas es representada como una actividad que les permitiría «ser independientes» en cuanto a la forma de disponer del tiempo y de llevar a cabo su trabajo:

En este trabajo se trabaja mucho, mucho... Tengo que vigilar, mirar que todo funcione bien, a uno y otro [hace señas con los ojos], pero está bien este trabajo, no tengo que estar todo el día, puedo hacer otras cosas... no es como antes, todo el tiempo conduciendo [distribuidor de mercancías para la empresa mayoristas de un paisano], pasaba 24 horas sin dormir, los clientes esperaban la mercancía y tenía que conducir mucho (J., de origen bangladeshí, nacionalizado español. Dueño de un restaurante).

El negocio propio también es el punto de partida para obtener «seguridad económica» ante un mercado laboral inestable por el que han transitado. Además les permite liberarse de las condiciones restrictivas que imponen las instancias legales de regularización («conseguir los papeles») a aquellos asalariados que no tienen un contrato formal.⁵⁵ Es este sentido, estas preferencias por «ser independiente» están asociadas a las condiciones desventajosas (falta de formación en algunos casos, desconocimiento del idioma, etc.) con las que han tenido que competir en el mercado de trabajo urbano, que los suele empujar a trabajar como vendedores ambulantes o a los comercios de otros paisanos.

En los entornos laborales donde se han entablado relaciones de carácter patriarcal o paternalistas con los «patrones» de las pequeñas empresas, con quienes se comparte vínculo familiar o el mismo origen regional y posiblemente un mismo pasado rural, algunos de nuestros informantes hacen de dichas empresas un «modelo de trabajo» deseado. Así lo pone de manifiesto R., de origen chino, quien actualmente se dedica al comercio de importación y exportación:

Trabajaba de cocinero para señor muy bueno, me mandó llamar... Me dijo que podía trabajar de cocinero, él se encargaba de todo, era de mi pueblo. Luego puse mi negocio [restaurante], quería propio negocio... no había muchos restaurantes chinos por aquí, era una buena idea poner restaurante. Había visto a jefe, y no era difícil, yo quería mi propio negocio (empresario mayorista de origen chino, nacionalizado español).

En otros inmigrantes chinos, este deseo mimético por la empresa propia aparece antes del proceso migratorio, ya sea por haber sido pequeños propietarios que se empobrecieron por crisis que afectaron a sus lugares de origen o por el éxito que profesaban quienes se dedicaban al mundo empresarial en el extranjero:

Los que volvían a Zhejiang decían que en Europa se vivía bien, tenían empresas y se notaba que les iba bien [...] mi padre llegó tener una empresa pequeña de fabricación de piezas de coches y no le iba mal pero todo se acabó con la crisis que hubo en los ochenta (T., comerciante mayorista de origen chino, nacionalizado español).

La puesta en marcha de la empresa: la importancia del capital social

El inicio empresarial en el sector de los servicios requiere recursos económicos que su fundador ha podido ahorrar después de una larga trayectoria como asalariado, en trabajos formales e informales (vendedor ambulante). Se trata de un ahorro que no se puede gastar en cosas vacuas y se debe invertir en una única finalidad: poner en marcha la empresa. Esto implica, en algunos casos, vivir en condiciones de extrema frugalidad (dormir en la calle, comer poco y trabajar mucho). También se consigue el dinero necesario a través del «préstamo» que aportan amigos y parientes que han adquirido cierta movilidad social en determinado punto de su trayectoria social (empresarios, trabajadores asalariados con capacidad de ahorro, etcétera).

En esta fase inicial de la empresa, la imposibilidad de acceder a los préstamos y ayudas por canales institucionales (bancos, compañías de préstamo de dinero) determina que los futuros empresarios recurran a su red de relaciones más o menos extensa («paisanos», «parientes», «amigos» que viven en la misma ciudad o en otras ciudades europeas o asiáticas) para movilizar una serie de recursos económicos, como también para obtener información con objeto de completar trámites administrativos o saber de la existencia de un local desocupado. A su vez, una buena red de «conocidos» les proporciona el capital comercial (las mercancías) necesario para poder distribuir entre sus clientes.

Los «préstamos» que se establecen entre «paisanos», generalmente

se realizan para atender necesidades derivadas de la actividad productiva y la lógica que subyace, como es la «confianza» y la «reputación». Se pide o se da dinero a personas cercanas con las que existe una confianza basada en experiencias pasadas o un efecto de reputación, causado por el éxito personal o el hecho de ser buena persona. La mayoría de las veces se apela a formas de reciprocidad equilibrada, próximas a las transacciones mercantiles, incluida la estimación de lo montos sin aplicar intereses y donde la devolución está marcada por las obligaciones morales y el honor. Decía S., un comerciante chino, en relación con los préstamos:

Si dices que en seis meses vas a pagar y no lo haces, no te cobran interés pero se enteran todos los otros chinos que tú no cumples, y ya tienes la fama y nadie te vuelve a prestar, o si te prestan te cobran interés.

Los prestamistas de cierto prestigio, es decir aquellos que tienen capacidad económica para prestar y demostrar su capacidad de hacer gastos extra, también hacen favores a los trabajadores de los comercios que pertenecen a su misma «comunidad». Por ejemplo, estableciendo una nómina «adecuada» para pedir un crédito al banco en caso de no poseerla, prestar dinero para pagar gastos diarios, mercancías para la venta ambulante, otorgar puestos de trabajo o recomendaciones para ellos, etc. En muchos de ellos la tradición estima e impone la solidaridad y la ayuda mutua entre paisanos y familiares, lo cual implica que quien ha tenido éxito debe ayudar a los demás. El hecho de hacer favores y ayudar se compensa con cierta «fidelización» (respeto, obediencia) que va construyendo a los «grandes hombres» dentro de los diversos colectivos de empresarios asiáticos.

La organización del trabajo: familia, paisanos y reglas de mercado

En la mayoría de los casos, las relaciones de parentesco estructuran la organización del trabajo en alguna fase de la organización del trabajo empresarial. Estas relaciones de parentesco suelen coincidir con la familia nuclear (padre-madre, hijos-hermanos) en la que destacan tanto elementos individualistas (la autonomía, espíritu de ahorro, desarrollo de las capacidades para el cálculo, la inversión, la previsión), como valores de cohesión familiar (importancia otorgada a la familia y a la autoridad paterna, al patrimonio, a las relaciones mantenidas entre sus principales

miembros, etc.) que pueden desatar, en algunos casos, la contradicción y el conflicto.

La «familia» es representada por uno de nuestros informantes, comerciante mayorista chinoespañol, como un perfecto engranaje de piezas diferenciadas por género y edad que permite el buen funcionamiento de la empresa, excluyendo cualquier conflicto posible:

Mi padre es la cara visible de todo esto (dos empresas de importación-exportación), mi madre nos ayuda siempre mucho, y nosotros [él y sus dos hermanos] sacamos todo esto adelante.

Ante el objetivo de obtener los máximos beneficios, las esposas de los titulares de las empresas trabajan diariamente alargando sus jornadas laborales, sin muchas horas de descanso. El hecho de que todos participen en las labores comerciales indistintamente (venta, carga y descarga, camareros-as, cocinero-a, etc.) no implica que se establezca cierta igualdad en el reparto de las ganancias, ni tampoco en el ámbito doméstico. En este sentido, las mujeres que se convierten en comerciantes y trabajan junto al resto de la familia en los comercios se ven obligadas, por su rol de género, al cuidado del hogar y la crianza de los hijos, incrementando así sus jornadas de trabajo.

Las actividades comerciales, asociadas a la venta en los comercios permite el traslado de las actividades domésticas de las mujeres, tales como el cuidado de los niños al llegar del colegio o la guardería, la supervisión de las tareas escolares o dar la comida. De los niños no se espera que colaboren porque hay una fuerte tendencia para que acudan al colegio a formarse, aprender el español y otros idiomas como el inglés. Además, depositan afanosas expectativas en sus futuros títulos universitarios.

En cuanto a los jóvenes y adolescentes, muchos alternan sus estudios de secundaria o la universidad con el trabajo en el comercio de sus padres. A ellos se les encarga diversas tareas de acuerdo con la actividad comercial, aprender a vender, establecer contactos con los proveedores, conseguir mercancías, officiar de camarero, estar en la caja, etc. En los momentos en que la actividad comercial se diversifica, muchos de ellos después de haber adquirido la experiencia suficiente suelen adquirir mayores responsabilidades. En estos casos los jóvenes más o menos respetuosos con la autoridad paterna acceden a entregar el dinero obtenido de la totalidad de sus ingresos a la economía del grupo doméstico, y

quedarse con una menor proporción para uso personal (comprar ropa, música, salir, etc.). Al llegar el momento de la emancipación de estos jóvenes, por su boda o por querer vivir solos, el empresario que posee varias empresas suele repartir los bienes y las rentabilidades de manera equilibrada entre sus miembros.

Además, cabe mencionar que no todos los hijos de los empresarios aceptan sumarse al proyecto empresarial de sus padres y establecen su carrera laboral como asalariados, en profesiones acorde con su titulación universitaria (ingenieros, informáticos, economistas, médicos, etc.) en España o en el extranjero.

Las organizaciones domésticas que llevan a cabo estas empresas reclutan parientes o amigos que migran directamente de su lugar de origen o de otros sitios de Europa. En estos casos los empresarios les ofrecen residir en sus casas y trabajar en sus negocios, colocándolos bajo su dependencia. Ambos sistemas de reclutamiento de personas (parentela, familia nuclear), suelen conformar una organización familiar híbrida que resulta fundamental para la capitalización de la empresa.

Esto no significa que todos los proyectos empresariales se basen exclusivamente en el trabajo familiar, puesto que hay determinadas etapas condicionadas por la posición del empresario (mayor capitalización, mayores bazas comerciales, etc.) donde se establece la contratación de mano de obra fuera del grupo familiar apelando a los «paisanos» por la confianza que genera el hecho de tener lazos comunales, o también a otros trabajadores españoles.

A continuación vamos a exponer, bajo la forma de descripciones de casos, cuatro trayectorias empresariales en las cuales desempeña un rol importante el uso combinado de las redes de parentesco, de paisanos y otras redes comerciales (locales y transnacionales) en las diferentes etapas empresariales (inicio, consolidación y expansión) y de estancia en la ciudad de Madrid.

«Negocios de familia» y lazos de amistad

Caso K

K. es una mujer de 55 años. Nació en Tai-Cheng (Taiwan) y migró a Taipei (capital de Taiwan) para estudiar piano en el conservatorio oficial de

música. En el año 1975, a la edad de 23 años, llegó a Madrid. Los directivos de un «colegio de monjas de origen español», donde había cursado la secundaria, le ofrecen una beca para estudiar música en España. No era la primera vez que se postulaba para conseguir trasladarse a España becada:

Primero hubo una beca para veinte personas, de intercambio de estudiantes, pero no tuvimos suerte porque en ese momento el gobierno dice: «Estudiante del bachillerato no puede estudiar fuera», y por eso continué universidad allí [...] Luego en una visita que les hice me dicen: «¿Te apetece ir a España todavía?». Sí, digo, sí. «Pues venga» [le contestan] y ahí empieza otra vez [...] De todas maneras no he aprovechado porque la beca está en Barcelona, tenía que ir a Barcelona y no fui, me quedé en Madrid [...] porque me dijeron que el conservatorio de Madrid era mejor, si fuese canto entonces sí Barcelona. Me quedé aquí porque en su momento el conservatorio tampoco tenía que pagar nada, solo tenía que pagar el alojamiento.

Sus padres la ayudan durante los primeros meses con algo de dinero, ya que la beca no era demasiado copiosa. De forma casi inmediata comenzó a trabajar en un restaurante chino los fines de semana como cajera, compaginando con los estudios. Luego se casó con un estudiante taiwanés que llegó a Madrid un año antes que ella para hacer un doctorado en Filosofía y Letras en la Universidad Complutense de Madrid. Antes de finalizar sus estudios de doctorado su esposo puso en marcha, junto a dos amigos taiwaneses, un restaurante chino:

Entre los tres tuvieron una ocasión de coger un local, encontró un cocinero y así poder ganar la vida y poder estudiar [...] hablando, organizando y empezó la empresa con un cocinero, los cuatro.

Ella seguía trabajando como cajera los fines de semana en el restaurante chino y estudiando en el conservatorio, hasta que nació su primera hija en 1978. Recuerda con cierta congoja el haber tenido que dejar de estudiar en esos momentos:

No, no terminé porque en octavo tuve la primera niña y no podía seguir. Tuve séptimo terminado, octavo ni he empezado, es una pena, es una pena.

Los socios del restaurante de su marido se fueron marchando poco a poco. Uno decidió trasladarse a Estados Unidos y el otro se casó con una

colombiana y partió hacia Colombia. K. dejó su empleo como cajera en el restaurante donde trabajaba y fue a «ayudar» a su esposo:

Al principio me dedicaba a la caja [...] pero poco a poco me metí en cocina, en todo [...] hacíamos comida especial para que el restaurante funcione, yo tenía que estudiar mucho cocina [...] siempre sacábamos como cinco seis platos, época [...] de trato especial, aparte de carta de siempre, me gustaba organizar algo especial y si veo que vende bien lo meto en carta [...] voy cambiando, voy comiendo por ahí [...] Cuando voy a mi tierra voy probando, investigando comida nueva [...] la gente en esa época no sabe mucho de comida china, vamos enseñando poco a poco [...] En esa época [los años ochenta] trabajábamos muchísimo [...] he trabajado duro.

Para poder dedicarse al trabajo en el restaurante, K. contrató a una mujer filipina «era una chica maravillosa. Una chica que tiene educación, a nivel universitario era guapísima», la cual no solo se ocupaba de los niños y de la limpieza sino que, cuando K. llegaba a casa, se trasladaba al restaurante para «ayudar».

Después de nacer su primera hija llegó su hermana con el marido desde Taiwan y comenzaron a trabajar en el restaurante:

En principio ayuda a nosotros luego mi cuñado montó una fábrica de brote de soja y de *doufu*. Fue el primer fabricante de *doufu* aquí en España [...] distribuyendo en toda España.

Pasados diez años desde la apertura del restaurante, deciden cerrarlo. Esta decisión fue bastante conflictiva, ya que se confrontaban las expectativas de una «mejor vida» con menos trabajo y de acuerdo con el nivel educativo por parte de K. y con el «cálculo monetario» del marido:

Ya no podía más [...] negocio estaba muy bien pero decidimos que no, que eso ya no era vida, los hijos pobrecitos, los fines de semana es cuando ellos descansan ellos descansan y no ver a sus padres [...] sí, hay que cambiar [...] él no estaba de acuerdo. Ahí empezamos a tener muchos problemas. Es una persona que no le gusta cambiar y le cuesta es una lucha y tuvimos muchos problemas. Yo le dije no puedo vivir así, estoy muy mal, he estudiado tanto para qué, estoy haciendo una cosa que no me gusta, que no veo lógico. Yo pienso que lo más importante es vivir lo que uno quiera y estar atendiendo bien a tus hijos. Yo veo más importante atender a tu familia. A mi dinero no veo tan importante, suficiente para vivir pero hay que vivir en

calidad, hay que vivir a gusto. Con el restaurante sí ganábamos mucho dinero, pero con aquello me siento muy vacía.

El «trabajar muchísimo» o el «ya no podía más» se entiende en el marco de una desigual distribución de las tareas dentro del restaurante donde el mayor peso recaía en K. Esta situación se encontraba justificada por la «confianza» extrema que le tenía su marido:

Él hacía todo, todo y nada, [se ríe, dando a entender que solo mandaba] me manda habla con cocinero, habla con este, me mandaba a mí, hay veces que me da la risa. Estaba la barra [hace un dibujo con su mano en el aire], detrás de barra, cocina. Él está en barra y yo en otro lado y me manda a hablar con cocinero [se ríe de la situación]. Yo estaba hasta aquí [señala la cabeza] esto no es vida y yo no puedo vivir así. Él confía mucho, porque todo lo hago yo, él confía mucho, porque todo dejaba en mis manos, pero para mí es mucho peso, mucha presión, jefe y trabajador y yo en el medio [hace referencia a los conflictos con los trabajadores]: me queja jefe, marido, me queja trabajador y yo en medio [...] fueron diez años, fue mucha, mucha, mucha lucha con mi marido, él quería que yo trabaje con él, pero trabajar con él también es problema veinticuatro horas juntos, ahí hay mucho roce. Ahí decidimos que vamos a separar un poco, cada uno un campo, así, pero él no quiere:

En los conflictos suscitados con los trabajadores, su función era mediar y lograr cierta «armonía familiar»:

Yo siempre he creado un ambiente como muy familiar [...] Yo siempre, me gustaría, trataría a ellos como mis hijos [...] después de tantos años mi cocinero hasta ahora me llama cuando viene a Madrid, ahora vive en Suiza, me hace visita, eso es importante para un jefe, ¿no?

Este ejemplo de fidelidad con el cocinero es lo que le permite comprobar el éxito del trato familiar.

La rotación del personal es una de las características en el restaurante. Este era el caso de «los estudiantes chinos o taiwaneses», jóvenes trabajadores durante los fines de semana a los cuales no se les hacía ningún contrato. Según cuenta K., todo trabajador que aspirase a tener un contrato formal debía pasar por una serie de pruebas:

Siempre se empieza por eventual, luego vemos si trabaja bien se hace fijo [...] En esa época hasta tres años podía ser eventual, y luego podía ser fijo.

Aunque hay gente buena, y ya al medio año la poníamos fijo [...] incluso los filipinos venían sin papeles y nosotros le legalizábamos todo para que tengan sus papeles.

Poco antes de cerrar el restaurante habían instalado una casa de fotografía. La misma estaba a nombre del marido, pero fue ella, junto a su hermana y cuñado quienes se hicieron cargo. K. cuenta la forma en que distribuían su tiempo para poder llevar a cabo las tareas de la casa de fotografía y el restaurante de forma casi yuxtapuesta:

La casa de fotografía más o menos lo ha organizado mi cuñado, es una empresa pequeña, no necesita mucho trabajador mi cuñado, conmigo y con mi hermana los tres hacíamos turno. Yo como vivo cerca instalo máquina todo con mi cuñado y luego a las doce tengo que ir al restaurante y continúa mi hermana [...] mi cuñado se encargaba más con una empleada que es técnico [...] Aunque yo siempre aprendiendo cada momento que trabajo por necesario, yo no sabía nada de fotografía, pero cuando tenemos tienda yo tenía que ir a aprender [...] aprovecho cuando estoy de vacaciones en mi tierra, mi madre cuida niño, yo puedo acudir a un centro, a una persona profesional. Yo en el caso de la fotografía tuve que pagar seis mil pesetas en esa época y aprendiendo con el técnico de Noritsu porque tuve máquina de Noritsu japonesa y en mi tierra también había mucha y tuve que contratar a un técnico que me diera clases particulares, me enseña todo cómo manejar, cómo corrige color. Dos semanas intensivas pagando para aprender.

Al cerrar el restaurante, su intención era volver a estudiar y cuidar de los hijos mientras su hermana y cuñado seguían en la tienda de fotos. Comenzó unos cursos en una escuela de cerámica. Su marido se opuso, ya que decía que al dejar el restaurante tendrían menos dinero, por lo que consideraba que ella debería trabajar. En consecuencia, empezó a trabajar en la tienda de un «paisano» que tenía dos tiendas de fotografías y una tienda de importación y exportación. Así cuenta cómo tomó la decisión de trabajar en este sitio, después de un profundo trabajo de análisis y discusión familiar:

Mi marido no quería que fuera a estudiar, entonces me machacaba, era la empresa de un amigo, de su mejor amigo, entonces me machacaba porque necesitaba trabajar y su amigo me ha fichado, porque ha venido a casa tres veces pidiendo favor que trabajara en su empresa y yo no quería ir, yo quiero estudiar y me machacaba mucho mi marido. Al final acepté pero le dije con una condición, estoy estudiando y quiero terminar porque me da

pena, es una cosa que me gusta y con una condición que me dejara estudiar, entonces al principio estudiaba por la mañana y trabajaba por la tarde de 4 a 8 [...] entonces al año siguiente las cosas cambiaron porque en la empresa necesitaba que estuviera por la mañana.

A pesar de los cambios de horario en la empresa ella no dejó de estudiar, pero para poder terminar de cursar debió incrementar sus esfuerzos. El trabajo que debía realizar en la empresa fue creciendo paulatinamente a medida que aumentaban las ventas y se iban expandiendo. Primero debería encargarse de «vigilar» las empresas de fotografías aprovechando su experiencia y luego de controlar las «cuentas» de todos los negocios. Estuvo trabajando en esta empresa durante diez años hasta que decidió dejarlo, a pesar de la negativa de su esposo y de su propio empleador:

Se puso muy mal, muy enfadado porque no quería que me fuese [refiriéndose al jefe], pero yo insistiendo que no podía quedarme, y yo le dije a mi marido, yo he aguantado mucho, mi hijo ha terminado carrera y empieza a trabajar, entonces yo digo otra etapa de mi vida y ha explicado mucho, mucho, y el hombre no entendía, le da un poco crisis que si me voy empresa lo va a pasar mal, que no hay otra persona [...] yo le decía estoy aquí, no me voy de España cualquier momento tú me llamas y yo te ayudo.

Efectivamente, como cuenta K., tuvo que volver al trabajo ya que su «jefe» había generado una fuerte relación de dependencia hacia ella marcada por la extrema confianza. En un momento de mucho trabajo en la empresa la llamó para que le ayudase. Ante esta situación, K. invoca que no tuvo más remedio que volver a aceptar largas jornadas de trabajo por el «compromiso» que había adquirido con su «paisano», una especie de «obligación moral»:

Yo volvía a ayudar porque me había comprometido a ayudar, y después de medio año me llamó que yo volviera [...] yo tuve que volver y pasó rápido medio año sin darme cuenta y esto no puede ser voy a estar toda la vida [...] esto es un agujero negro que no voy a salir. Entonces me pongo dura, me pongo fuerte hasta aquí llego, si usted no confía en nadie yo voy a estar aquí toda la vida, usted tiene que confiar en cualquier persona. Yo le digo yo me voy y la empresa sigue funcionando, no se hunde, porque funciona el sistema no las personas, yo le dije supongamos un caso muy malo: mañana tengo una accidente y me muero entonces qué pasa, se cierra empresa [...] no había forma, tenía que hablar muy fuerte con él para salirme de ahí.

En la actualidad lleva varios años divorciada de su marido que ha vuelto a Taiwan. Continúa con la tienda de fotografía. Tiene una empleada que se encarga por completo del negocio que ha visto disminuida sus ganancias desde la llegada de la fotografía digital, lo cual implicó buscar otras estrategias de venta, enfocadas a la restauración de fotos antiguas, foto montaje, recuerdos, etcétera.

Hace cinco años alquiló un local en Tetúan (Cuatro Caminos) junto a un compañero de estudios de la escuela de cerámica y se dedica a impartir cursos. Hace poco consiguió un local cerca de su casa y se trasladó sola. Define su actual situación laboral como placentera, aunque solo le alcance para «cubrir gastos» poniendo énfasis en la autonomía personal:

Para mí esto no es trabajo, esto es placer. Tuve una vida muy dura, muy dura, ahora por fin puedo relajarme y dedicarme a esto que me gusta, he perdido mi carrera de piano y he encontrado una cosa que me gusta y esto no lo quiero perder [...] Ahora nadie me dice que no. Si no disfruto ahora no voy a tener otros cincuenta años.

Caso M.

M. tiene 34 años, nació en Bogra, Bangladesh. Llegó a Madrid hace diez años porque «hay mucha pobreza, no hay trabajo y muchos problemas políticos en Bangladesh». Durante los primeros tiempos en la ciudad se sintió desorientado, tenía pocos amigos y destaca la «falta de papeles» como un obstáculo muy importante para poder trabajar: «En ese momento no como ahora, que hay muchos paisanos que echan una mano, antes muy poco». Al igual que lo hacían muchos de los «pioneros» bangladeshíes en la ciudad de Madrid, M. pidió asilo político. No le fue concedido el «estatus de refugiado político», pero sí obtuvo un permiso de residencia gracias a la ayuda de un conocido que le proporcionó un contrato de trabajo. Uno de sus primeros trabajos fue la venta ambulante de pañuelos y bolsos por la ciudad. Luego tuvo la oportunidad de ir a trabajar en un restaurante de las islas Canarias, a través de la información brindada por un amigo llamado T., quien llevaba un par de años trabajando como camarero en un restaurante hindú.

A los cinco años de trabajar en el restaurante de las islas Canarias M. decide, junto con su amigo T., volver e instalarse en Madrid para

buscar trabajo. En un principio se dedicaban a la venta ambulante de complementos y posteriormente trabajaron en el negocio mayorista de un «paisano» que conocieron en Madrid. Al año conocen a un «paisano» indio, J., que quiere poner una tienda «mayorista» de complementos (bolsos, bisutería, etc.) en su barrio y le plantea la posibilidad de asociarse.

De este modo, M. y T. utilizaron los ahorros acumulados que «no era mucho» para abrir la empresa y la mayor cantidad de dinero la aportó su amigo indio J. haciendo uso también de sus ahorros y de un dinero que pidió a más de un «paisano». En este caso, el origen de sus productos proviene mayoritariamente de pequeñas empresas de producción de ropa y complementos basadas en la mano de obra familiar y ubicadas en la frontera entre India y Bangladesh.

A los siete años, después de adquirir cierta «estabilidad» laboral con su empresa mayorista y regularizar su situación en España, M. se casa y trae a su esposa. Ella se llama H. y tiene 27 años, forma parte de una familia compuesta por cuatro hermanos, tres mujeres y un hombre, y unos padres «mayores» que viven en Dhaka, la capital de Bangladesh, excepto una hermana casada, que vive en Canadá desde hace más de diez años. En Dhaka, H. trabajaba como costurera para un pequeño taller. Además hacía bisutería de barro de forma artesanal (collares, aretes pintados a mano), actividad en la cual, según ella, trabaja mucha gente en su país pero considera que es un trabajo que está muy mal pagado.

El primer trabajo que tiene cuando llega a Madrid, en el año 2002, consiste en arreglar ropa que le daban sus «paisanos» que, a su vez, ellos recibían de empresas textiles españolas. Este trabajo lo realizaba en el interior de su casa con una máquina de coser propia. Luego su marido, en el año 2004, decide abrir un pequeño negocio de ropa y complementos de Bangladesh e India. Ella se encarga de realizar las ventas diarias y remarca: «El negocio es para mí». Ha iniciado, con la ayuda de su marido, los trámites para tener su tarjeta como trabajadora por cuenta ajena, ya que hasta el momento solo tiene residencia por reagrupación familiar.

El negocio se encuentra emplazado en un espacio bastante reducido que no supera los doce metros cuadrados y es alquilado. Paga por dicho negocio 320 euros al mes. El capital inicial para montar la tienda fue menos de 3.000 euros. En su interior las paredes están llenas de percheros con ropa de hombre y mujer ordenada por tamaños, colores y estilos. Las camisolas pintadas a mano, los vestidos y los pantalones de algodón

son de Bangladesh. Los productos de la India son algunos vestidos de fiesta y bolsos que consigue a través del negocio de su marido. Parte de la ropa que proviene de Bangladesh es confeccionada por una de sus hermanas que es costurera y trabaja para un pequeño taller de dicha ciudad. A través del correo la hermana le envía pequeños paquetes de ropa y algunas artesanías, tratando de no superar los 10 kilos permitidos en estos casos.

En cuanto a la venta de sus productos manifiesta que generalmente son sus «paisanos» los que compran y que los españoles dicen «es muy bonito, pero compran muy poco». En los meses de verano las ventas aumentan puesto que sus productos son de algodón, y disminuye en invierno ya que «en invierno en España la gente se tapa mucho». Está interesada en atraer clientela española, pero en general las ventas no le han ido muy bien estos últimos tiempos (no ha logrado muchos ingresos). Esta situación le preocupa, puesto que son muchos los gastos de alquiler, pago de las mercancías que debe afrontar mes a mes, pero remarca con claro optimismo que las cosas «van a ir bien». Para paliar los momentos de poca venta, instaló una máquina de coser en el negocio y ha vuelto a la actividad inicial de coser ropa para fábricas y talleres, por intermedio de sus paisanos que le traen el trabajo a casa.

Además de atender su negocio, entre sus principales tareas se encuentra la limpieza de la casa y el cuidado de su hija, que suele compartir con su esposo en momentos muy puntuales. Durante los horarios de escuela de su hija, desde las nueve hasta las cinco de la tarde, atiende al negocio y a sus quehaceres domésticos. Al vivir en el mismo sitio ella cierra cada vez que tiene que hacer alguna tarea del hogar o alguna compra. Por la tarde, a partir de la cinco, después de recoger a su hija del colegio vuelve a abrir el negocio hasta las nueve de la noche. También es posible ver el negocio un día entero completamente cerrado a causa de algún imprevisto cotidiano o adaptando los horarios en el período del Ramadán. La llegada progresiva de muchas de las esposas de los comerciantes bangladeshíes asentados en la ciudad está generando una red de apoyo entre «paisanas» para el cuidado de los niños, la búsqueda de información sobre escuelas, colegios de veranos, eventos festivos donde poder participar, etcétera.

En cuanto a su participación en el trabajo comercial familiar considera que:

Si dos trabajan está mejor, porque vivir aquí es muy caro, y cuando solo trabaja uno se está muy justo [...] bueno también algunos maridos no querer que trabajen, pero no son muchos [...] luego los maridos están contentos cuando aprendemos español. Algunas mujeres se casan y quieren estar en la casa, solo cuidar niños, yo poder hacer todo [...] yo aprender español en una academia del barrio, la Casa Encendida también tiene cursos.

En general, la aparición de las mujeres bangladeshíes en las tiendas de sus esposos suele secundar el trabajo de los dueños y empleados varones (maridos) de acuerdo con la necesidad de mano de obra. Por ejemplo, de vez en cuando alguna de ellas suple a uno de los empleados o «ayuda» en momentos donde la actividad del negocio se incrementa. Para H., muchas de sus paisanas que están llegando en los últimos años están atrapadas entre el deseo de «estar en la casa, cuidar niños» y trabajar en las tiendas de los paisanos o en otros oficios. En este último caso, según H., lo que impide la salida al mercado laboral no solo es una «cuestión de maridos», sino la «falta de papeles», de las largas esperas para obtener la tarjeta de residencia y el desconocimiento del idioma. Todos estos factores contribuyen a que estas mujeres queden relegadas al espacio doméstico.

Construyendo redes comerciales locales y transnacionales desde la ciudad de Madrid

Caso P.

P. nació en Bangladesh y llegó a Madrid en el año 1998. En la actualidad vive con su esposa, un hijo y su madre en un barrio céntrico de Madrid. Estudió Economía en la Universidad de Dhaka y realizó un máster en contabilidad. Trabajó durante un tiempo en una empresa financiera donde se dedicaba a la importación y exportación de productos de Hong Kong a Bangladesh. También utilizaba su formación económica para «ayudar» a comercializar los productos agrícolas que producían sus padres en una pequeña explotación. Los vaivenes de la situación socioeconómica de Bangladesh, la pérdida paulatina del valor de sus ingresos, los problemas de persecución política (encarcelamiento, torturas, etc.) afectaron a su vida personal y decidió migrar a España.

Durante los primeros días que estuvo en Madrid sobrevivió con los ahorros que disponía y se dedicó a pedir asilo político utilizando los recursos propios de su capital cultural:

Yo venía preparado, yo sabía que en España se podía solicitar asilo, y como es el tema y como tengo que pedir eso sí lo sabía, lo único que no sabía es dónde estaba la oficina. Pregunté en el Ministerio a la gente dónde se solicita y encontré una persona que se llama Enrique Santiago, él era un abogado voluntario de CEAR (Comisión Española de Ayuda para los Refugiados), actualmente él ahora mismo es el secretario general de CEAR pero en aquel momento él era voluntario [...] entonces estaba en la recepción hablando de cómo pedir asilo [...] y estaba diciendo que por la convención de Ginebra España tenía que tener un lugar donde pedir asilo diciendo todo esto en inglés y entonces ahí no me entienden mucho. Entonces esa persona se me acercó me dio una tarjeta de CEAR y dijo si usted quiere váyase a CEAR y le asesoramos cómo puede tener asilo.

Esta organización se convirtió en una importante fuente de recursos y de ayuda que le permitió subsistir en la ciudad durante los primeros años, y así lo pone de manifiesto: «La verdad es que desde entonces no dejé mis contactos y mis relaciones con CEAR, me ayudó un montón [enfatisa]». Inicialmente, mientras obtenía su permiso de residencia, vivía en uno de los albergues destinados para los solicitantes de asilo en el barrio de Vallecas. Tras obtener la condición de «refugiado político» realizó diversos trabajos informales y recibió una pequeña ayuda monetaria de CEAR. Como el dinero recibido no le alcanzaba para mucho, iba a comer a las iglesias y a la Cruz Roja. No perdió el contacto con el personal de CEAR y unos empleados le informaron que saldría una oferta de trabajo en dicha organización en la que buscaban un contable. P. presentó el currículum, hizo las pruebas, lo aceptaron y estuvo trabajando en CEAR más de tres años hasta que puso en marcha su propio restaurante. Durante ese tiempo también se dedicó a cursar estudios de doctorado en Economía en la Universidad Complutense, aunque no completó el ciclo formativo.

Al comienzo de su estancia en Madrid desconocía la existencia de otros pobladores de Bangladesh en la ciudad, pero en cambio sabía que había un grupo muy numeroso en Inglaterra desde hacía muchos años. El primer «paisano» que conoció era un vendedor ambulante con el que se encontró en medio de una persecución policial en la Gran Vía:

Un día en la calle en Gran Vía había gente corriendo porque estaba la policía persiguiendo [...] y veo y pienso esa raza parece la nuestra y digo por qué está corriendo y por qué la policía persigue y cuando la policía se fue me acerco y le pregunto qué ha pasado [...] y es que vendía corbatas en la calle y la policía le persigue. Y me pregunta [el bangladeshí que vendía corbatas] «usted qué está haciendo aquí, ¿está de viaje?». Y yo le dije: «No exactamente» y luego me invitó a su casa, me dio su dirección en Lavapiés.

El restaurante que posee funciona desde febrero de 2006. Durante nuestro encuentro esta empresa todavía no llevaba un año abierta. En ningún momento pensó en convertirse en empresario hasta que se quedó sin trabajo:

Ahora mismo no tenía que hacer nada, entonces si ahora mismo hubiera tenido un trabajo fijo no lo hubiese puesto. El negocio es bastante presión, sobre todo a mí no me gusta, aunque esté haciéndolo. La mayoría tiene expectativas porque no han encontrado un trabajo, porque no tienen seguridad y dice voy a poner un negocio.

La falta de empleo y la búsqueda de «seguridad», que experimentan muchos de los inmigrantes bangladeshíes que están en su misma situación, son los motores que impulsan la puesta en marcha de un negocio en algunas ocasiones. Aun así menciona la existencia de «mentalidades de negocio» en ciertas nacionalidades, incluida la propia:

Sí que hay un alto porcentaje que tiene mentalidad de negocio en Bangladesh, India, China y todos [...] es gente que quiere directamente negocio, y no paran hasta que tengan negocio legal, otros aunque no estén legal a través de cualquier sistema buscan la manera de hacer negocio.

En el inicio del negocio aparece nuevamente como recurso importante el capital cultural, que se expresa en forma de conocimientos formales sobre el funcionamiento de las empresas:

Un bangladeshí si le preguntas te va dar otra versión [...] yo como he estudiado empresariales no es tan diferente de cualquier otro sitio donde se quiera montar una empresa [...] si le hubiese preguntado a otro bangladeshí te hubiese dicho yo no lo sé, tengo mis gestores [...] pero yo no tengo ningún gestor. Yo cuando decidí hacer un negocio, primer lugar encontrar el local, hice contrato, después la Seguridad Social de los trabajadores, lo hice uno por uno [...] Primero montar la empresa en sociedad unipersonal,

cuando tengo la empresa montada sus concesiones, su registro mercantil, en Hacienda y la Seguridad Social dar alta como empresa y hay otras tramitaciones de la comunidad de Madrid, de Ministerio de Trabajo, me costó tiempo porque yo estoy en este local desde finales de diciembre.

El local lo encontró a través de un periódico de anuncios «de segunda mano». Anteriormente en dicho local funcionaba un bar-restaurante. Apenas vio el lugar le pareció adecuado porque el sitio era pequeño y tenía muchas de las instalaciones necesarias para la actividad que pensaba desarrollar (cocina, barra, baños, etcétera). Esto significó un ahorro de inversión, ya que no tenía dinero suficiente para reformar el local o agregar alguna instalación.

P. es el único dueño y tenía un capital económico previo de 30.000 euros que consiguió a través de algunos ahorros que poseía y de la «ayuda» de su hermano, quien como dice: «Me dio un poquito para empezar a trabajar y me dijo: toma me lo devuelves cuando puedas». Su hermano trabaja en Qatar desde hace muchos años, en una empresa que se dedica a la distribución de gas embotellado. Dicho país es un lugar de destino para muchos bangladeshíes. P. analiza esta corriente migratoria diciendo que Qatar:

Es un país pequeño, ellos tienen mucho petróleo pero no tenían población, cuando necesitaban se traían empleados donde había baratos y Bangladesh es un lugar de baratos, es por eso [se ríe].

Al preguntarle por los canales formales de financiación, como por ejemplo los bancos, me responde:

El banco cómo me va a dar un préstamo. En primer lugar, yo soy un extranjero no tengo un patrimonio, no tengo uno que me avale, no tengo nacionalización.

Ahora bien, esta situación puede cambiar si la suma de dinero pedida es de menor cantidad y se descubre la utilidad de la posición social ocupada en el pasado haciendo un uso particular del lenguaje y de determinadas formas y convenciones en la negociación con profesionales:

A pesar de todo, yo conozco que a compañeros que han tenido un trabajo suficiente le han dado por diez mil euros, han conseguido porque yo le hice

la tramitación para ayudarle Si es uno que tiene un trabajo fijo no es [...] tiene un salario. Yo lo acompañé al banco y el del banco lo vio una persona buena y le dio diez mil euros de préstamo para pagar en ocho años una cuota mensual de 137 euros [...] Es dinero para hacer algo en su país. A los del banco no le ha dicho, además los del banco no te preguntan para qué por ese dinero.

En cuanto a los productos para elaborar la comida que ofrece, son de origen español y bangladeshí comprados en Inglaterra a menor coste que importados directamente desde Bangladesh. En cuanto a los productos de origen bangladeshíes que trae de Inglaterra destaca unos pocos productos: arroz, harina, especias y cervezas.

El resto de los componentes para la comida ofrecida son obtenidos a través de los distribuidores españoles (leche, carne de cerdo, pollo, pescado, etc.) y en el caso de la fruta y verdura por medio de unos «proveedores suramericanos» que tienen su propio negocio en plaza de España. Una vez al año compra algún «producto» típico sólo para consumir con su familia.

Tiene contratado a empleados de origen bangladeshí e indio que conoció en Madrid, de los cuales dice:

Conozco todos, es como familiares digamos, trabajamos juntos, estamos todo el día juntos, comemos juntos, no vivimos juntos porque yo tengo familia, por eso [...] si no.

Cuando habla de su condición de empresario no trasmite la figura de un «empresario exitoso» y es muy consciente de la situación presente en la que se encuentra:

Ahora yo digo empresario, tengo un restaurante va sonar bien pero tengo capacidad para 30 personas no es [...] estoy manteniéndome como para tener un trabajo eso sí, pero no es un restaurante que no da mucho [...] Esto en un año hay que ver si se puede cubrir gastos o no tiene que seguir, a partir de un año hay que considerar si el negocio va a ir bien o no va a ir bien hacer su decisión: seguir o parar.

Considera que el «éxito» con la clientela depende del comúnmente conocido como «boca a boca». Para eso ha elegido un servicio de buena calidad, que marque la diferencia con el resto de los negocios similares:

Comer aquí te sale unos veinte euros pero creo que la calidad no tiene nada que ver con lo que se ofrece en otros lados.

La «confianza» y el «buen nombre» en las conexiones comerciales transnacionales

Caso L.

El señor L. nació en Tai-nan, al sur de la capital de Taiwan y tiene 68 años. Llegó a Madrid en el año 1972, a los 28 años de edad, para trabajar en un restaurante chino, ubicado en la calle Leganitos. El dueño de este negocio era de origen taiwanés y le ofreció el trabajo a través de un conocido. Estaba pautado entre ellos que trabajaría en dicho lugar durante dos años. Luego el «jefe» debería buscar un sucesor para su puesto. Al no encontrarlo le «pide ayuda» y se quedó trabajando dos años y tres meses más. Luego vuelve a Taiwan porque, como dice, debía cumplir con un compromiso adquirido con su familia:

Yo ya terminé contrato y yo he prometido a mi familia que cuando termine el contrato volver a Taiwan, por eso yo cumplo mi promesa.

Permanece en su ciudad natal tres años trabajando en un restaurante y un amigo que residía en Madrid lo llama para poner en marcha un negocio de comida china en calidad de socio. Su amigo y él abren dicho restaurante en los años ochenta, pero a los seis meses dice que el negocio no funciona bien y deciden separarse y continuar en el rubro por separado.

En ese momento el señor L. decide continuar con el negocio de la restauración pero cambia el «rumbo»:

Cuando estábamos juntos [haciendo referencia a su socio] trabajamos en aquel tiempo con un sistema que como todo el mundo sabe barato para co-ger clientes [...] pero después cuando nos separamos yo voy a cambiar otro sistema que es bueno pero no barato, pero tampoco muy caro y atender muy bien al cliente. En aquel tiempo teníamos mucha clientela de la gente de la televisión y viene todos los días.

Al prosperar el negocio decide traer a su familia, compuesta por su esposa y sus hijos de ocho, diez y doce años. Todos ellos tendrán asignadas,

según L., las siguientes tareas: «Los hijos para estudiar aquí y la mujer para ayudar en el restaurante».

Las ventajas económicas que va obteniendo con el restaurante se traducen en la inversión en nuevos locales de comida. Llega a poseer un total de cuatro restaurantes hasta el año 1986.

A partir de dicho año, sus restaurantes no dejan la ganancia acostumbrada y decide traspasarlos a un italiano y a compradores chinos. Asocia esta situación a la llegada de pobladores de China y a la implementación de dinámicas laborales exclusivamente familiares en el entorno de la empresa:

Ya empieza a venir gente de China continental entonces [...] porque China continental empieza a abrir la puerta y empiezan a salir, salir gente a Europa o Estados Unidos, entonces cuando vienen en el año 1985, 1986, en ese tiempo cuando vi la situación, la forma de trabajar ellos, yo tuve pensamiento de cambiar el rumbo porque como ellos vienen mucho familiar, yo era con mi mujer y el resto era todo trabajador al que hay que pagar seguridad social, impuesto, entonces yo no pude competir con ellos. Ellos vienen mayoría de familia a trabajar entonces en el año 1986 empezar a traspasar restaurante.

Fruto de experiencias anteriores, el señor L. genera una serie de disposiciones para llevar a cabo determinadas prácticas que se van adaptando a los cambios económicos que van aconteciendo en la economía española, a principio de los años noventa:

A partir de ahí, yo pensar cómo yo voy a dejar de trabajar en restaurante chino, buscamos algún negocio que pueda hacer entonces en aquel tiempo entre 1985-1990 en España todavía hay muy poco importador de alimentación, entonces yo empezar a viajar a Tailandia, Taiwan, Hong Kong para buscar proveedor para contacto para ver cómo puede trabajar en importación de alimentación.

El señor L. necesitó poco dinero para comenzar su empresa de importación, el cual fue invertido para comprar un camión y realizar algunos viajes al extranjero en busca de proveedores. El conocimiento de los proveedores lo obtiene a través de determinadas instituciones u organizaciones, como, por ejemplo, las embajadas o las ferias.

Según pone de manifiesto, la cualidad principal que necesitó para

sacar su negocio adelante fue la «confianza» entre él y sus proveedores, que se fue generando de forma paulatina a medida que ambos cumplían las «promesas»:

Lo que se necesita mucho es confianza [...] porque hay que cumplir con el proveedor como sea, hasta el día de hoy nosotros tenemos tanta diferencia con la competencia porque después de tanto años con el proveedor ve que trabajamos bien y son gente de confiar y nos da exclusiva, nosotros tenemos ahora exclusiva de Japón, de Corea, de Tailandia, Taiwan incluso Hong Kong, esas son nuestras ventajas. Yo buscar con embajada de Tailandia, entonces me dieron una lista de exportador entonces yo comprar billetes e ir a Tailandia, luego yo contacto con ellos entonces encontrar un proveedor tampoco conocía saber cómo está, entonces empecé a trabajar y principio este exportador también es fabricante. Yo tenía un trato con él que si yo trabajaba con su producto en España entonces que no puede vender a otra persona porque el trato era eso [...] porque a los chinos les gusta copiar [...] por eso yo empecé a trabajar con un sistema que yo voy a trabajar contigo pero colaboramos pero mientras trabajamos bien porque en España hay gente que ve dónde está [...] Entonces cuando usted necesita poner la mercancía en España solo a mí, entonces, trato [...] Yo mejor dicho tengo suerte tratar con este proveedor, al final es muy bueno y cumple su promesa. Ellos son muy grandes al principio cuando yo contratar con ellos no sabía si era grande o pequeño no los conozco. Entre ellos y nosotros estamos muy contentos porque sus productos son de buena calidad, ahí empezamos a trabajar.

Las propias características del nuevo negocio hacen que el señor L. necesite contratar mano de obra especializada, que ni él ni sus hijos poseen en ese momento:

Yo primero tenía que tener almacén bien situado, bien preparado, yo tenía que tener profesionales, para despachar contenedor, yo tenía que tener vendedor, camión, al principio o también llevaba camión [se ríe] entonces esa organización en aquel tiempo había gente que no tenía esa organización [...] entonces nosotros ya prepara con este sistema y funcionó.

Durante la primera etapa de la empresa, contrata a un amigo que «sabía mucho de informática» al que le pidió «ayuda para toda la organización y empezó a trabajar». Con posterioridad y a medida que se expande el negocio, contrata a otro tipo de personal técnico-administrativo: técnico en alimentación, contables, administrativos, encargados de almacenes, etc. Al-

gunos de los estos empleados llevan mucho tiempo en la empresa y en los momentos de desencuentros o discusiones por el trabajo, el señor L. dice:

Hay gente que lleva más de veinte años, con ellos casi como familia, nosotros por trabajo hay discusión, pero yo siempre respeto [...] Valorar mucho tantos años de trabajar con nosotros.

En cuanto al trabajo no cualificado relacionado con la conducción de los camiones, contrató a un «ayudante español», que todavía permanece trabajando en la empresa. Además posee una cantidad de empleados de diversas nacionalidades (china, filipina, ecuatoriana) para hacer trabajos relacionados con la carga y descarga de mercancías, la venta de productos en pequeños almacenes, la distribución, la limpieza, etcétera.

Por otra parte, otra de las bazas más destacada por el señor L. para el éxito de su negocio es «garantizar la calidad de sus productos». Con relación a esta cuestión, dice:

Para garantizar la calidad entramos con un sistema de control, porque la alimentación tiene un sistema de control de caducidad. Esto de entrada entonces ya empezamos con los controles de entradas con el control de calidad para garantizar nuestros productos está bien, era muy difícil para la competencia.

La «competencia» a la que se refiere son las empresas de importación de alimentos, instaladas en Madrid, cuyos dueños provienen de China continental. Para cerrar las puertas a dicha competencia en el negocio de la importación plantea una estrategia de compra con los proveedores basada en la «exclusividad». Por otra parte, establece un proceso de diferenciación con los pobladores chinos que se dedican a esta actividad:

El día de hoy hay mucha gente que viene de China continental hay mucho dinero pero para entrar en nuestro sector es muy difícil porque nosotros las marcas conocidas, los productos buenos estamos en exclusiva. A través de la Unión Europea se está exigiendo la sanidad de China [...] Entonces todo producto que piensa oficialmente exportar a Europa tiene que pasar la sanidad de China controlar primero de ahí, entonces si producto tiene certificación de sanidad de alimentación en chino entonces aquí no hay problema [...] Hay diferencia de porcentaje de algún aditivo pero problema no hay hasta ahora, bueno ya mucho menos, porque hay gente que no presenta en

migración la certificación alimentación, porque la alimentación exige mucho y entonces se presenta como un producto de maleta o algunos productos que no necesitan presentar controles de sanidad pero realmente entra producto junto con ellos, ese tiene problema. Pero ahora según yo sepa porque la sanidad ya tiene una organización que exige mucho, está mirando mucho ya muchísimo menos problemas y ya mejorar muchísimo.

A lo largo de los años, la empresa del señor L. fue generando un importante «capital simbólico», una imagen de marca basada en el «buen nombre» por la calidad de sus productos que funciona como una forma de crédito para sus clientes. Esto dio lugar a que vendan y distribuyan sus productos por diversas ciudades de España, Italia y Portugal.

Entre sus principales clientes menciona grandes centros comerciales, como El Corte Inglés, Vips, etc. Las transacciones comerciales con sus compradores no se encuentran exentas de conflicto debido a determinadas características del «sistema de comprador español»:

Nosotros tenemos mucho que discutir con ellos porque nosotros garantizamos nuestros productos, pero gran supermercado tiene un sistema de compra y devolver cuando quiera [...] Por ejemplo si un Corte Inglés de Zaragoza entonces nos compra veinte o treinta clases de productos, por ejemplo [...] Entonces nosotros le servimos y ellos que se paga después de 180 días pero nosotros máximo aceptamos 60 días, no más. Cuando sus empleados hacen equivocación o no se venden o se venden y nos quieren devolver cuando quieran y eso es lo que nosotros no aceptamos. Entonces claro si es un zapato o una silla no hay caducidad, pero los alimentos sí [...] nosotros control muchísimo [...] por eso tenemos mucha discusión con ellos. Nosotros no aceptamos, si es mal estado, eso aceptamos. Pero si no vender, no aceptamos nosotros tenemos relación especial con El Corte Inglés y bien porque ellos aceptan [...] pagan aunque tarde, pero esperamos porque no hay problemas, lo que nosotros ver no es justo una alimentación no pueden venir a devolver cuando quieran.

Hoy, L. posee no solo la empresa de importación con grandes almacenes emplazados en Alcobendas, sino también dos tiendas mayoristas y otra empresa de importación de alimentos en Barcelona que abrió en el año 1995, a cargo de uno de sus hijos:

En principio Barcelona es un punto diferente que Madrid y hemos montado un punto de reparto, entonces al principio tenía un encargado que lleva

todo los asuntos de ahí pero después de tres o cuatro años ese encargado ya se casa, tiene carnet de español [nacionalidad], y se va, entonces mi hijo justo termina de estudiar y se iba a trabajar a Barcelona y se quedó allí.

Desde que sus hijos formaron una familia propia realizó una distribución formal de las empresas a cada uno de ellos. Él sigue participando pero dice: «Ahora estoy en segunda fila. Yo ayudo en lo que puedo». Aun así, aspira a seguir diversificando sus negocios. Desde hace poco tiempo, es uno de los principales socios de una empresa inmobiliaria que se dedica a la venta y alquiler de pisos para sus compatriotas.

Conclusiones

En el contexto madrileño hemos puesto de manifiesto una intrincada variedad de empresas regentadas por pobladores asiáticos dentro del campo económico, especialmente pequeños negocios del sector de servicios que coexisten con grandes empresas multinacionales y de importación y exportación. En este sentido, en un extremo de la escala empresarial se encuentran las grandes multinacionales, entre ellas las de origen japonés, coreano y taiwanés dedicadas a la fabricación de productos intermedios o productos finales, a los servicios empresariales y de finanzas. Se caracterizan por organizar la producción en términos de flexibilidad, deslocalización en búsqueda de mano de obra barata y de proximidad a mercados más favorables.

En un punto intermedio, podemos mencionar a las grandes empresas de importación-exportación asociadas a las pequeñas y medianas empresas ubicadas en Asia, muchas de ellas en las mencionadas «zonas de procesamiento de exportación (EPZ)», cuyas lógicas de producción (alta producción, mano de obra barata, largas jornadas de trabajo) permiten la compra de productos a bajos precios. Las empresas de importación-exportación ubicadas en Madrid de pobladores chinos, taiwaneses, indios o bangladeshíes, ofician de «intermediarias» en la distribución de mercancías a una amplia red comercial (de grandes y pequeños comercios regentados por españoles, asiáticos, europeos, etc.) distribuida por todo el país y el extranjero (Portugal, Francia, Italia, etc.).

En el otro extremo de la escala, y en mayor proporción, encontra-

mos una variedad de comercios minoristas y de servicios que se abastecen de los comercios de importación-exportación mencionados y permiten ofrecer productos a una clientela heterogénea en cuanto a su condición social, económica y etnonacional (españoles y extranjeros de diversas nacionalidades).

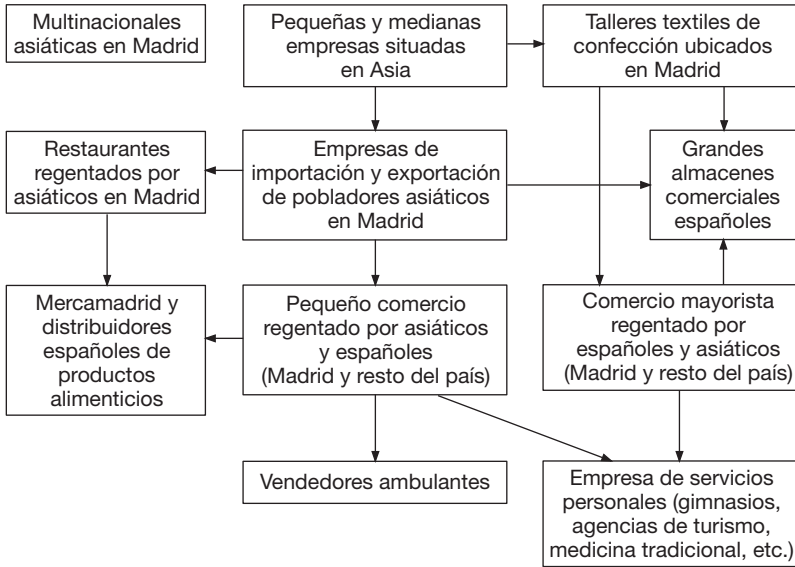
En cuanto a la ubicación, estas empresas están emplazadas de forma dispersa en distintos barrios de la ciudad de Madrid y otros municipios. Los sectores asociados a las grandes empresas multinacionales y de importación-exportación tienden a ubicar sus oficinas comerciales en los distritos de la ciudad asociados con el «prestigio y el capital financiero», y en el suburbano las grandes naves.

Por otra parte, los pequeños comercios y las empresas de servicios, se encuentran esparcidas ampliamente por toda la ciudad. No podemos sugerir la existencia de barrios con «aglomeraciones de negocios» asiáticos o «enclaves étnicos» (Light y Gold, 2000), sino solo mencionar la existencia de un número importante de negocios asiáticos en zonas que antiguamente estaban degradadas, donde los costes de entrada (adquisición de un local) eran más bajos que en resto de la ciudad. Actualmente se trata de lugares en los que existe un amplio mercado (nacional y extranjero) para comercializar sus bienes y servicios.

A través del esquema expositivo de la página siguiente presentamos las principales empresas que hemos mencionado a lo largo del trabajo y las relaciones vinculantes entre ellas.

Una serie de factores macroestructurales (adhesión a las políticas neoliberales nacionales e internacionales, deslocalización de la empresa, mutación de los sistemas productivos, subcontratación, informatización, precariedad laboral) y microestructurales (capital económico, capital comercial, poder de ventas, redes locales y transnacionales del empresario) se yuxtaponen para favorecer la presencia de diferentes «casos o tipos» de trayectorias empresariales de inmigrantes asiáticos, cuyas características nos lleva a considerarlos como categorías dinámicas. Mayoritariamente se trata de sectores con bajos recursos donde el juego de las regularidades objetivas les ha permitido un importante ascenso o movilidad social. Cabe mencionar que también hemos encontrado situaciones de escasa movilidad social.

El análisis de los «estudios de casos» presentados nos permite señalar que, mediante el uso y combinación de los recursos sociales locales y transnacionales (familiares, paisanos o amigos) de que disponen, la



organización formal e informal del trabajo y la escasa inversión productiva que realizan al inicio de su actividad logran maximizar los pocos recursos que poseen para lograr su inserción y consolidarse dentro del mercado laboral madrileño.

Una de las recurrencias en los itinerarios empresariales es la presencia de hombres solos que inician su actividad comercial a través de la red de «paisanos» o amigos que poseen con relación a su posición social. En algunos casos, estas redes se constituyen en la propia ciudad de Madrid apelando a los valores de ayuda mutua y a una identidad etnonacional compartida. Las funciones de estas relaciones sociales en las actividades empresariales de los inmigrantes han sido analizadas extensamente por las ciencias sociales (Light y Rosenstein, 1995; Light y Gold, 2000; Portes, Haller y Guarnizo, 2001). En este trabajo, por ejemplo, pudimos comprobar que los recursos estratégicos son el préstamo de dinero para iniciar la actividad empresarial, la compra de mercancías a corto plazo a conocidos o paisanos, la información para la tramitación, la búsqueda de gestoras, encontrar locales y establecer redes comerciales. Además, las relaciones se convierten en una importante fuente de fuerza de trabajo.

Otro de los elementos que ayuda a consolidar la empresa en una etapa posterior es la incorporación de miembros de la familia, mujeres e hi-

jos jóvenes, como se pone de manifiesto en muchos empresarios de la restauración y el comercio al mayorista y minorista. No obstante, en aquellas empresas que experimentan cierta expansión y crecimiento se tiende a reclutar mano de obra a través de vínculos que están fuera de la lógica del parentesco y del paisanaje. En estos casos se contrata a profesionales que poseen la capacitación formal que el dueño de la empresa o algunos de los hijos no posee y también personal para suplir tareas que, en una primera fase, realizaba el propio empresario (administrativas, de distribución, etcétera).

Al recuperar la perspectiva de las mujeres sobre las actividades empresariales se rescató una concepción más dinámica de la familia, ámbito donde se generan las decisiones y el modo de actuar de los integrantes tales como iniciar una empresa, las personas que participan en ella, etc. Del trabajo, sin haber pretendido ser un estudio de género *stricto sensu*, surgen algunas reflexiones sobre los casos de mujeres analizadas como sujeto participante en la actividad empresarial. En este sentido, si bien hoy muchas de ellas se encuentran al frente de los negocios, en algún momento de su trayectoria han combinado esta actividad con otras experiencias laborales, como por ejemplo coser a destajo en su propio negocio o trabajar para otros paisanos.

A pesar de poder participar en los mismos ámbitos sociales que los hombres, sus proyectos vitales se ven condicionados al asumir el trabajo en la empresa familiar y eso suele afectar a la distribución de su tiempo, generando mayores esfuerzos. La concepción que tienen estas mujeres sobre su trabajo como una «ayuda» o una «obligación familiar» esconde algunos procesos de discriminación que implican intensidad en las jornadas laborales, un cuidado casi exclusivo de los hijos y de las tareas domésticas, falta de tiempo libre y ocio, inequidad en la distribución del dinero, etcétera.

Por último, si bien hay una amplia bibliografía que considera que las actividades empresariales de los inmigrantes se encuentran penetradas por «tradiciones culturales» y pertenencias étnicas y nacionales (Bonacich, 1973), en los casos que hemos analizados dista de ser muy clara. Dichas actividades no se rigen por un marco institucionalizado de reglas culturales «fijas» ni por un comportamiento racional orientado a la maximización de la ganancia (*Homo economicus*), sino que son el producto de unas disposiciones adquiridas, fruto de unas condiciones económicas y sociales determinadas, que permiten crear, conservar o reproducir diversas formas de actuar en el campo económico local y transnacional.

8. Empresariado asiático en Cataluña

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

La localización de las empresas asiáticas

Las pautas del asentamiento de cada una de las comunidades asiáticas son la base para abordar sus actividades económicas empresariales que al mismo tiempo muestran signos de concentración y de dispersión. Por un lado, es necesario tener en cuenta que cada comunidad asiática se caracteriza por su inserción en determinados sectores económicos específicos, por el desarrollo de lo que podríamos denominar nichos económicos étnicos o, lo que es lo mismo, por su tendencia a la especialización en empresas y negocios de una índole semejante. Algunas de estas actividades económicas, debido a la lógica productiva y empresarial, tienden a su concentración espacial y otras a su dispersión. No obstante, la ciudad de Barcelona y la comarca del Barcelonès constituyen el espacio privilegiado de su asentamiento y actividades económicas, aunque no hay que deestimar su despliegue por todo el territorio catalán.

La dispersión obedece a diferentes lógicas subyacentes. En primer lugar, las inversiones de empresas multinacionales japonesas y surcoreanas en actividades industriales no se han limitado exclusivamente al Barcelonès, e incluso han sobrepasado los límites del Área Metropolitana de Barcelona.

El cuadro 32 es un ejemplo de la dispersión del establecimiento de algunas empresas japonesas, a pesar de que no registra el total de la actividad empresarial japonesa en Cataluña, sino solo una pequeña parte. Del total de veintinueve empresas que aparecen en el cuadro, en la comarca de Barcelonès se localizan siete, mientras que en la del Vallès Occidental, en ocho municipios distintos hay repartidas quince; le siguen

CUADRO 32
Número de empresas de Japón con filial en Cataluña por municipios y comarcas

Municipio	Empresas	Comarca
Barcelona	6	Barcelonès
Sant Adrià del Besòs	1	Barcelonès
Sant Cugat del Vallès	3	Vallès Occidental
Barberà del Vallès	2	Vallès Occidental
Montcada i Reixac	2	Vallès Occidental
Terrassa	2	Vallès Occidental
Rubí	2	Vallès Occidental
Vacarisses	2	Vallès Occidental
Santa Perpetua de Mogoda	1	Vallès Occidental
Palau de Plegamans	1	Vallès Occidental
Prat de Llobregat	2	Baix Llobregat
Cornellà de Llobregat	1	Baix Llobregat
La Llagosta	2	Vallès Oriental
Martorelles	1	Vallès Oriental
Sant Jaume d'Enveja	1	Montsià

FUENTE: elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Cambra de Comerç de Barcelona.

las comarcas de Baix Llobregat y de Vallès Oriental con tres en cada una de ellas respectivamente y finalmente hay una empresa establecida en la comarca de Montsià. La búsqueda de suelo industrial en polígonos municipales que ofrecen condiciones favorables para la inversión, además de otros factores como el acceso a buenas comunicaciones, es una constante de la estrategia empresarial multinacional que no duda en dispersarse aprovechando las mejores opciones que se le presentan.

El caso de las empresas multinacionales japonesas y coreanas ha sido abordado profusamente en otros trabajos durante la década de 1990 (Beltrán y Sáiz, 2007a). El establecimiento de grandes corporaciones japonesas transnacionales mediante filiales comenzó a finales de la década de 1960 (Sanyo, 1969; Sony, 1972; Panasonic, 1973) alcanzando su cénit a mediados de los años noventa. El tejido industrial catalán, gracias a sus infraestructuras y nivel de desarrollo, ha ocupado una posición privilegiada para la inversión japonesa en España con el resultado de la especial concentración

de sus empresas. En 2003, de las 190 empresas japonesas establecidas en España, 66 eran centros de producción y 140 se encontraban en Cataluña (el 70% del total en España). En su conjunto, la comunidad japonesa se caracteriza por un promedio de edad relativamente elevado de 42 años, con una estructura laboral masculinizada (el 58% de las altas en la Seguridad Social es de hombres) y con la tasa más elevada de ingenieros y licenciados (el 36% del total de sus trabajadores) de todos los colectivos extranjeros.

Los ejecutivos japoneses se caracterizan por la temporalidad de su estancia, que varía de tres a cinco años, y la constante rotación de sus destinos ocupando cargos de dirección y gestión de las empresas filiales, lo cual impide su asentamiento a largo plazo y no facilita el establecimiento de estrechos vínculos con la sociedad en general. El número de ejecutivos expatriados de cada compañía japonesa con intereses comerciales o productivos en Cataluña es muy pequeño y se limita a los puestos clave de dirección. Por ejemplo, Kao Chemicals Europe también cuenta con filiales en Alemania y Francia. En 1993 la compañía trasladó la producción de Francia a España y actualmente emplea a 450 personas en Cataluña, 150 en Alemania y 9 en Francia. La empresa opera en toda Europa con un total de nueve ejecutivos japoneses.

En la ciudad de Barcelona sus empresas o filiales de empresas y de instituciones financieras se encuentran localizadas en torno a la plaza de Francesc Macià, avenida de Sarrià y avenida Josep Tarradellas, donde confluyen los distritos de Esquerra de l'Eixample, Sant Gervasi y Les Corts, lugar de residencia de una parte importante de la comunidad japonesa junto a población local con un elevado nivel de instrucción e ingresos. En general en la ciudad condal se encuentran oficinas que dependen de otras situadas en Madrid, el lugar neurálgico del asentamiento japonés en España por ser la capital del Estado, a pesar de que la mayor parte de sus inversiones en producción se concentran en Cataluña. En los alrededores de la plaza Macià también se encuentran los primeros restaurantes japoneses y tiendas de comida japonesa, así como asesorías, agencias de viaje y todo tipo de servicios destinados a la comunidad japonesa.

Dejando de lado el caso de las multinacionales, que no es el objeto fundamental de este estudio centrado en la pequeña y mediana empresa asiática, nos encontramos con la actividad restauradora china (restaurantes de comida) que se ha dispersado por toda la geografía catalana, estableciendo pequeños restaurantes familiares en más de 200 municipios de Cataluña y no solo en el litoral, igual que ha sucedido con sus tiendas de

regalos, de ropa, zapaterías, etc. Otro tanto se puede decir de los gimnasios regentados por surcoreanos y japoneses, junto a clínicas de acupuntura y masajes, que aunque no igualan en volumen a los restauradores chinos, sí que están igualmente dispersos y se encuentran en ciudades y pueblos del interior, además de en la ciudad de Barcelona. A comienzos de la década de 1990 había alrededor de 120 gimnasios de coreanos en Cataluña.

Los bazares y tiendas de objetos de lujo de los indios, además de en Barcelona, se han repartido por las zonas turísticas del litoral mediterráneo, igual que sus restaurantes de comida (Lloret de Mar, Salou, Sitges, Tarragona, etc.). La actividad comercial sindhi ha desarrollado dos sectores fundamentales; el primero son las tiendas de productos electrónicos localizadas originalmente en el barrio de la Barceloneta (paseo Joan de Borbó y plaza de Palau), cerca del puerto y posteriormente en la calle Princesa y parte de la Ronda de Sant Antoni. En la calle Rocafort había almacenes, pero se han trasladado a polígonos industriales en las afueras de la ciudad de Barcelona. Este sector se encuentra en crisis, aunque todavía subsisten algunos pequeños negocios. Otro tipo de concentración sindhi es la de las tiendas de *souvenirs* en las Ramblas, al que se han sumado tiendas de deportes. Después de Barcelona, la concentración más importante de comerciantes sindhis de Cataluña está en Lloret de Mar, donde se dirigieron cuando se prohibió en la década de 1980 la apertura de más tiendas de *souvenirs* en Las Ramblas. Lloret de Mar es un destino turístico internacional de masas y allí han prosperado las tiendas de objetos de lujo y de *souvenirs*, concentrando en toda la comarca de la Selva a 1.906 indios a comienzos de 2008.

Un factor nuevo es la concentración de trabajadores asalariados de un mismo origen étnico en algunos municipios, empleados por empresarios españoles en distintas tareas productivas industriales, agroindustriales, de construcción o de servicios. Esta circunstancia facilita la apertura de establecimientos destinados a satisfacer algunas de sus necesidades: por ejemplo, supermercados de comida especializados en su dieta habitual (china, india) que además suelen vender periódicos, revistas, libros, música y cine; restaurantes especializados en su comida; locutorios para ponerse en contacto telefónico con sus parientes y enviar remesas; etc. Un ejemplo lo ofrece la ciudad de Olot en la comarca de la Garrotxa (Girona) donde ya existen supermercados de comida india y china, así como restaurantes y locutorios para abastecer a los 1.189 empadronados indios y 997 chinos a 1 de enero de 2008 que trabajan en municipios de toda la comarca.

También son significativas las concentraciones residenciales (y de empresas de servicios para coétnicos) asociadas al trabajo asalariado de ciudadanos de origen asiático en algunos barrios de ciudades metropolitanas como el de Fondo en Santa Coloma de Gramenet o el vecino Santa Pau de Badalona. Aquí los residentes chinos trabajan fundamentalmente en el sector textil de confección de ropa, en talleres también de su propiedad que subcontratan parte del proceso productivo de la fabricación de ropa (cosido y planchado fundamentalmente) a fabricantes autóctonos. En el barrio de Fondo viven 2.340 chinos de una población total de 4.470 empadronados chinos en la ciudad de Santa Coloma a comienzos de 2008, lo que supone el 13% del total de la población del barrio, siendo el lugar de España donde su concentración residencial es mayor. En Santa Coloma se encuentran 135 empresas chinas dedicadas al comercio y a la restauración, la mayor parte de ellas localizadas en Fondo. Este barrio se ha convertido en un centro comercial para ciudadanos chinos de toda Cataluña donde acuden para abastecerse de alimentos y otros productos, así como para encontrarse con amigos, es decir, para disfrutar de su tiempo de ocio. Es una nueva centralidad de la zona metropolitana de Barcelona.

Otras concentraciones pueden ser fundamentalmente residenciales (acompañadas de servicios para coétnicos), sin necesidad de que el trabajo básico se encuentre cercano a la residencia, como es el caso del barrio del Raval en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona para los pakistaníes, y también Ciutat Vella para los filipinos, donde se localizan casi todas las empresas de su propiedad fundamentalmente dirigidas a servicios para los coétnicos. Otras concentraciones de pakistaníes con negocios asociados a

CUADRO 33
Comercio chino en la zona de la calle Trafalgar (2007)

Mayoristas textil, lencería	131
Mayoristas bolsos, zapatos, complementos	33
Alimentación y carnicerías	6
Bazares	5
Restaurantes y bares	9
Otros: peluquerías, agencias de viaje	7
Total	199

ellas están en Poble Sec y especialmente en Besòs-Maresme del distrito de Sant Martí en la frontera con Sant Adrià del Besòs, otro de los municipios metropolitanos de concentración residencial junto con Badalona y Santa Coloma. En la calle Chile de Badalona, que está cerca de Sant Adrià, la concentración de negocios pakistaníes es significativa.

Existe también la posibilidad de concentraciones de determinadas actividades económicas empresariales en calles adyacentes, al modo de los antiguos gremios. Un ejemplo de este tipo son las tiendas al por mayor de ropa de residentes chinos en la calle Trafalgar, entre la plaza de Urquinaona y Arco de Triunfo de la ciudad de Barcelona. Con el paso del tiempo y el aumento de los negocios chinos allí establecidos, también ha aumentado todo tipo de empresas de servicios dirigida a una clientela co-étnica (peluquerías, agencias de viaje, inmobiliarias, floristerías, supermercados de comida china, restaurantes de comida rápida china, etc.).

Finalmente también existen determinadas concentraciones empresariales asiáticas en los polígonos industriales más importantes del Barcelonès y de la zona metropolitana: Zona Franca de Barcelona, zonas de

MAPA 10
Zona de comercio chino en la calle Trafalgar



almacenes al por mayor en el distrito de Sant Andreu (La Maquinista) y el barrio de Trinitat Vella. Su presencia se reparte por toda la geografía industrial e incluye importantes empresas de importación y almacenes de productos al por mayor de todo tipo. Una reciente concentración de mayoristas chinos se ha desarrollado durante los últimos cinco años en el Polígono Sur de Badalona, en el barrio del Gorg, con naves de 1.000 a 2.000 metros cuadrados.

La muestra

El trabajo de campo sobre el empresariado asiático en Cataluña contempla 50 casos de empresas, además de tres entrevistas a ejecutivos de empresas multinacionales y 32 entrevistas en profundidad a empresarios de origen asiático en la ciudad condal, municipios del área metropolitana y varias ciudades de la provincia de Girona. En principio se incluye tanto a hombres como a mujeres empresarias; la variable sexo no ha sido determinante pero está contemplada de una forma muy significativa. Muchos casos de empresas son familiares, por lo tanto dirigen y colaboran en la misma tanto hombres como mujeres.

A veces las entrevistas en profundidad para la reconstrucción de trayectorias laborales y empresariales se han realizado en varias sesiones de diferente duración.

Trayectorias⁵⁶

El asentamiento asiático en Cataluña es fundamentalmente de carácter familiar. Hoy, en todos los colectivos hay simultáneamente grupos familiares nucleares, otros que están llevando a cabo el proceso de reunificación familiar y casos excepcionales de familia indias y chinas con miembros pertenecientes a tres generaciones o más. La diversidad en las composiciones familiares solo es una pequeña muestra de las diferentes formas en que se desarrollan las trayectorias biográficas, familiares y empresariales de los hombres y mujeres de origen asiático que han establecido sus empresas en Cataluña.

CUADRO 34
Muestra del trabajo de campo en Cataluña

Sectores	Actividad empresarial	Casos
Industria	Construcción	(3) Empresas (origen chino, coreano y pakistaní)
	Confección	(1) Fabricante (origen Hong Kong)
Servicios	Comercio mayorista*	(1) Ropa (origen chino) (2) Productos para bazares (origen chino) (1) Electrónica (origen indio)
	Comercio minorista	(8) Alimentación (orígenes chino, indio, pakistaní, coreano y japonés) (1) Pastelería (origen japonés) (1) Carnicería (origen pakistaní) (2) Electrónica (origen indio) (3) <i>Souvenirs</i> (origen indio)
	Restaurantes y hostelería	(11) Restaurantes (orígenes chino, japonés, indio, pakistaní, coreano) (1) Bar (origen pakistaní) (1) Hotel (origen indio)
	Servicios personales	(3) Gimnasios (origen coreano) (2) Agencias de viajes (orígenes chino y pakistaní) (1) Informática (origen chino) (1) Copistería (origen pakistaní) (1) Locutorio (origen pakistaní) (1) Empresa cultural (origen pakistaní) (3) Inmobiliarias (orígenes chino, indio, pakistaní)
	Importación/exportación*	(2) Orígenes chino e indio

* Hay mayoristas que también tienen licencias de venta al detalle, así como los importadores también pueden ser mayoristas e incluso minoristas, por lo que en varias empresas se solapan dos de las tres categorías; aunque en el cuadro resumen no están duplicadas, se ha optado por una de las dos posibilidades.

La llegada a Cataluña de los empresarios asiáticos es el resultado de múltiples estrategias de movilidad internacional en función de los recursos transnacionales de las familias y redes étnicas de las diferentes diásporas a las que pertenecen. La migración responde a la búsqueda de oportunidades de mejora económica familiar y de movilidad social ascendente.

La presencia india

La presencia india en Cataluña está conformada por distintos grupos, principalmente sindhis, sikhs e hindúes. Cada uno es el resultado de flujos migratorios de origen diverso tanto geográfica como temporalmente. El de más antiguo asentamiento es el grupo de los sindhis, diáspora de comerciantes cuyo territorio quedó dividido con la partición de India en dos estados en 1947, momento en que muchas familias se desplazaron desde la región de Sindh en el lado pakistaní a la actual India, bien a zonas del actual estado de Madhya Pradesh, o a otras localizaciones en los alrededores de Mumbai, desde donde iniciaron el periplo internacional, como en el caso de la familia Lani:

Yo personalmente salí de India en el 1952, que es cuando mi padre decidió llevarse a toda la familia de India a Tánger [Marruecos]. Pero él ya tenía una tienda allí. [...] En aquel año ya tenía una tienda montada. Se llevó primero al hijo mayor de la familia y vino luego a buscarnos a nosotros. La familia somos seis hijos. Uno ya se había ido con el padre antes, entonces vino a buscarnos a los otros cinco y a mi madre, y nos fuimos todos a Tánger. [...] Todos, de golpe y porrazo porque él había estado mucho tiempo en el Caribe, en las Antillas Holandesas en Curaçao, era director general de unas cuantas empresas. [...] Y entonces a raíz de esto, cuando ya se quiso establecer por su propia cuenta, vino [...] montó algo en Tánger primero y luego ya se trajo, como he dicho, a la familia entera.

Su padre salió de Sindh antes que India y Pakistán se dividieran, durante el período 1935-1938, en una fecha inexacta pues el informante «no había nacido todavía». El padre murió en Casablanca en 1967, porque la permanencia en la ciudad de Tánger de la familia «fue hasta el año 1957 en que dejó de ser independiente, la absorbió Marruecos. Pero nosotros nos quedamos hasta 1960».

Entonces:

En el año 1960 me fui a India, estuve seis meses, cuando volví otra vez a Tánger, el negocio había bajado mucho y decidimos que ya que la cosa no iba muy bien, trasladarnos a Casablanca, que era la ciudad económica más potente del Reino de Marruecos. Allí desde luego estuvo mucho mejor que en Tánger, hasta el punto de que una vez establecidos en Casablanca, cerramos lo de Tánger. Y en Casablanca estuvimos hasta el año, yo personalmente hasta 1974. Mis hermanos emigraron antes, allá por 1967 o 1968, a España precisamente, y más concretamente en Barcelona. [...] porque nos gusta siempre primero poner un pie en un nuevo país, no dejar el país donde estabas, prudencia por si la cosa no iba bien, y ver un poco cómo iría la cosa. Si la cosa va bien entonces ya se viene aquí. Eso es lo que hicimos al fin y al cabo. Desde Tánger, Casablanca hasta Barcelona pero en distintas fases [...] No todos de golpe, porque poco a poco ir viendo. Esto es un poco nuestra manera de pensar.

En otras biografías sindhis encontramos que la decisión de «salir fuera» es una apuesta personal de futuro. La familia de Puskhar era muy conocida en su ciudad, eran sastres y contaban con varias tiendas, pero cuando el padre muere, Puskhar quiere salir de India y venir a España porque en esa época, a finales de la década de 1970,

Es un país que mucha gente estaban aquí en Canarias sobre todo, ganaban mucho dinero, y después de tres años traían mucho dinero. Entonces tenía ilusión de salir fuera porque un amigo mío, su hermano también estaba en Canarias, en Tenerife, y bueno, pues me voy allí y [...] pues cada dos por tres venía el amigo de mi hermano. Mi hermano ya ha hablado con él, pues te pagará muy poco, te pagarán, de momento 10 dólares al mes.

Pero ya entonces había problemas para la obtención del visado y tuvo que posponer su llegada a España, y en lugar de venir directamente primero fue a Hong Kong, de ahí a Manila y tras varios años en esta ciudad se trasladó a Singapur, siempre trabajando para otros sindhis allí asentados previamente. De vuelta en Hong Kong conoció a otro compatriota que le ofreció trabajar para él en África. Tras un viaje escalonado, Hong Kong, El Cairo, Argelia, Túnez, llegó a Lagos. Después de un tiempo trabajando por esas tierras, viajó hasta Andorra, en 1984 y dos años después llegaron a Barcelona su mujer e hija nacida en India.

Lani y Puskhar son buenos ejemplos de la importancia de los recursos familiares y étnicos en sus trayectorias. En ambos casos se nos informa de la dispersión de la diáspora sindhi en cuatro continentes, Asia, África, Europa y América, y de las conexiones transnacionales que se dan entre sus miembros. Características que explican la llegada escalonada a Barcelona: escalonada en el tiempo (caso de Puskhar) y en la consolidación familiar-empresarial (familia Lani).

El flujo sikh es más reciente que el sindhi. Desde el lado indio del Punjab, personas sikhs se dirigen hacia Europa en busca de mejores oportunidades. Antes de asentarse en Cataluña, muchos han trabajado en otros países europeos. Zujabit viajó a Alemania cuando tenía veinte años (en 1989). En este país su tío y sus primos regentaban un restaurante. En la actualidad ya tienen tres. En 1998 llegó a España y regresó a su tierra para casarse. En 2003 su mujer se reunió con él en un pueblo de Cataluña.

La presencia china

Junto con la india, la presencia china es la más antigua y la más numerosa de todas las asiáticas en territorio español. Desde las primeras décadas del siglo xx los originarios de Qingtian, comarca del sur de la provincia de Zhejiang, han viajado a Europa como comerciantes ambulantes. Posteriormente se establecieron en el nicho étnico de la restauración y más adelante diversificaron su trabajo e inversiones en otros sectores como la industria textil, la construcción y el comercio internacional, entre otros. Pero al igual que sus colegas indios, su llegada y asentamiento también se ha dado de manera escalonada en el tiempo.

Wei Lifei salió de Qingtian con 17 años. Una gran parte de sus compañeros de clase se fue al extranjero (Francia, Italia, Alemania) pero él se fue a Beijing y también estuvo en casi todas las grandes ciudades de China. Allí permaneció durante diez años. Desde Beijing se movía a otros lugares. Pasaba la mitad del año en Beijing y viajando por China, y la otra mitad en Qingtian. En 1989 ya estaba casado y tenía dos hijos. Las circunstancias políticas del momento provocaron la pérdida de sus contactos de negocios y entonces decidió irse al extranjero. Tenía compañeros de estudios en Italia, Francia, Alemania y España. Su objetivo inicial era establecerse en Francia, ya que en París tenía muy buenos compañeros. Pero un amigo a quien le prestó dinero (10.000 Rmb) en 1984 esta-

ba en España. Antes de trasladarse definitivamente a España donde llegó en 1994 a Barcelona, estuvo durante tres años en el Sureste asiático (Tailandia, Malasia, Singapur, Filipinas, Japón) también haciendo negocios, hasta que desde Laos fue a Moscú (6 meses) y de allí a Praga (6 meses). En 1998 llegó su mujer y se reunificó la familia nuclear con sus dos hijos en 2005.

La familia Lao fue a Francia en 1983, país al que se dirigió el matrimonio dejando a una hija en Qingtian. Fueron allí porque residía el padre y la hermana mayor de la mujer, así como la hermana mayor del marido. En 1986 se trasladaron desde Francia a una ciudad española, donde nació su segunda hija. En 1987 regresaron a Francia y allí nació su tercera hija. En 1991 la hija mayor se reunió con ellos, antes de que la familia se instalara en Barcelona en 1992, ciudad donde hoy residen.

Además de qingtianeses, las familias procedentes de la vecina Wenzhou también son numerosas en España y en sus trayectorias de asentamiento se perciben las estrategias de la reunificación familiar nuclear y escalonada. La llegada de personas chinas procedentes de otros orígenes y enclaves incorpora la migración como un proyecto personal, y no tanto familiar, que incluye el matrimonio en el lugar de destino. Es el caso del señor Chou. Salió de Hong Kong a principios de la década de 1980 y antes de llegar a España pasó primero por los Países Bajos donde su primo tenía varios negocios, entre ellos un restaurante de comida china. En Bélgica visitó a familiares y por fin llegó a la península. Antes de asentarse en Barcelona en 1992 estuvo trabajando en Marbella. A finales de la década se casó en Barcelona con una mujer originaria de Qingtian con la que tiene dos hijos.

Los flujos migratorios de China más recientes están compuestos de personas del noreste del país y de la provincia de Shandong, así como de la de Fujian. Hombres, mujeres y familias nucleares que se han desplazado hasta España para «probar». Otro grupo lo conforman estudiantes que después de cursar un máster de uno o dos años deciden aplicar sus conocimientos adquiridos, tanto en China como en Cataluña, en el establecimiento de un negocio, por lo general agencias de viajes o tiendas de informática.⁵⁷

Recientemente ha aparecido un nuevo flujo migratorio chino procedente de diferentes zonas del país cuyo proyecto migratorio consiste en invertir directamente en España, ya sea en negocios de familias chinas aquí establecidos o en otros sectores productivos. Este tipo de migración

de hombres de negocios de origen chino (y de Hong Kong, Taiwan, etc.) que invierten capital en diversos lugares del mundo, característico de Canadá y de Australia, es novedoso en España y quizá por ello acusa problemas administrativos en la aplicación de la legislación española, que no contempla la llegada e inversión de pequeños y medianos capitales, lo que retrasa y dificulta la entrada de más capital chino dispuesto a ser invertido en España.

La presencia pakistaní

La mayor parte de las personas pakistaníes proceden de la provincia de Punjab.

El 95% de la gente pakistaní es del norte de Punjab. Ahora más del 80% son de allí, de la zona rica del Punjab, de donde procede el 80% del ejército de Pakistán. El 75% de la burocracia de Pakistán es también originaria de esa parte, una zona con muchas conexiones. Del sur de Punjab no hay tanta migración porque es más pobre y no, no hay dinero para salir (Kali).

Además de la migración causada por motivos políticos de algunas personas pakistaníes asentadas en España, el mayor peso específico de la migración responde a consideraciones económicas. La llegada del flujo punjabí a España ha pasado por tres fases, de acuerdo con los informantes. La primera corresponde a la década de 1970 y está compuesta por las familias con hijos e hijas que ya cuentan con cierta relevancia empresarial. A este flujo pertenece el primer restaurante de comida pakistaní de Barcelona, las primeras carnicerías *halal* del barrio del Raval y las primeras tiendas de alimentación de propiedad pakistaní de Badalona, por citar algunos ejemplos. En algunos casos fueron los primeros miembros de la familia extensa que llegaron a España, con un itinerario de viaje escalonado:

Antes de llegar a Barcelona pasé por Turquía, Bulgaria, Italia [...] pasé mucho porque en aquella época yo venía para buscarme la vida pero no sabía dónde iba a acabar, y aquí vine al final porque cuando llegué no había visado, no pedían nada, era bastante asequible para llegar, en 1975 [...] en Francia era un país más difícil, aquí el idioma era más fácil, la gente más abierta, yo no hablaba pero aprendí pronto (Prati).

Habitualmente eran varones jóvenes que volvieron a su lugar de origen para casarse con mujeres que eligieron sus padres para ellos. Por lo general son matrimonios de larga duración y compenetrados porque

sabes que [los matrimonios concertados] es cultural, los padres no buscan parejas para sus hijos que sean diferentes, los buscan con igual carrera, igual de estudios, igual de dinero, igual de belleza, igual de comportamiento, igual de carácter (señora Arif).

Muchos de los hijos e hijas de estas primeras familias pakistaníes asentadas en Cataluña nacieron aquí. Los que lo hicieron en Punjab vinieron pronto. En este sentido, los miembros de esta fase han sido quienes han completado la reunificación familiar en un período de tiempo relativamente más corto.

La segunda fase de la migración punjabí se produce en la década de 1990. Al parecer el proceso de regulación extraordinario entre 1995-1996 atrajo a personas pakistaníes que vivían de manera irregular en otros países de Europa y en España obtuvieron permisos de residencia y de trabajo pero no consiguieron empleo en Cataluña. Regresaron a los lugares de los que habían venido (Francia, Alemania, Holanda, etc.) y una vez acumulado capital regresaron a Cataluña para invertirlo en el establecimiento de pequeños negocios familiares, sobre todo de hermanos, dando lugar a la tercera fase de la migración punjabí, la que se produce a partir del año 2000, cuando se llega de nuevo desde otros países de Europa y también directamente desde Pakistán, a menudo por la movilización de redes de amigos y vecinos. En ambas fases la reunificación familiar se complica y retrasa, llegándose a dar el caso de familias nucleares que llevan más de diez años separadas. Hoy existe un colapso de expedientes de reunificación familiar en la embajada española de Pakistán, razón a la que nuestros informantes achacan la tardanza en la llegada de sus mujeres (Beltrán y Sáiz, 2008).

La presencia coreana

Data de la década de 1970 y se inició con varones coreanos que vinieron a Europa a trabajar en gimnasios de artes marciales. Antes llegaron algunos estudiantes enviados por el gobierno para estudiar español y un pe-

queño grupo de trabajadores cualificados especializados en la selección del sexo de los pollos, trabajo en el que duraron poco tiempo, buscando nuevas oportunidades. Junto a las artes marciales también han abierto clínicas de acupuntura y masajes:

Mi madre me dijo que mi padre tenía inquietudes de salir del país. No éramos ricos, pero tampoco pobres. Vivíamos muy bien a nuestra manera, éramos felices. Un día se decidió que nos marcháramos. Hubo intentos de ir a Argentina por unos amigos suyos, pero se quedó en el aire. Luego tenía otro amigo en Madrid y se vino aquí seis meses. Y cuando de Madrid se instaló a Barcelona, nos llamó y nos vino a buscar (Kim).

El padre de este joven salió de Corea en 1987 y seis meses después se reunió en Barcelona con su mujer y sus dos hijos. Esta es la tónica general de las familias coreanas llegadas en esas fechas. El maestro Lee era miembro de la Federación Coreana de Taekwondo. Los varones coreanos aprendieron diferentes disciplinas de artes marciales durante su servicio militar de tres años y gracias a este entrenamiento consiguieron unos conocimientos y habilidades que han sido el medio de vida de muchas familias en Europa. La Federación ofreció al maestro Lee trabajar fuera de Corea con el fin de difundir los conocimientos de las artes marciales adquiridos. Los tres países en liza eran Australia, Chile y España y él se decidió por este último porque era la vía más rápida en aquellos momentos. Después de ocho meses de estancia, llegaron su esposa e hijo gracias a la reunificación familiar.

Según el maestro Lee, a finales de los años ochenta había aproximadamente 300 coreanos en Cataluña y el 90% se dedicaba a las artes marciales. Aunque la mayor parte de los gimnasios se ubican en la capital, otras ciudades catalanas han podido disfrutar con el aprendizaje de esta disciplina, pues los maestros coreanos se han dispersado por todo este territorio. El restante 10% tenía restaurantes. Los ejecutivos coreanos entonces eran pocos y no llegaron hasta la década siguiente, momento en que las empresas multinacionales coreanas desembarcaron en España.

La presencia japonesa

La comunidad japonesa está compuesta por tres segmentos de población claramente identificables: los ejecutivos expatriados, los estudiantes y un

grupo heterogéneo de residentes permanentes compuesto por profesionales independientes, artistas, empresarios de servicios para la comunidad y matrimonios mixtos. En 2003, de las 190 empresas japonesas en España 140 se encontraban en Cataluña.

En torno a los ejecutivos japoneses se ha desarrollado una serie de servicios destinados especialmente a ellos: restaurantes de comida japonesa, agencias de viajes, inmobiliarias, consultorías y empresas de mediación que incluyen traducción, academias de lengua, supermercados de comida japonesa, librerías, etcétera.

Los primeros japoneses que decidieron establecerse en Cataluña también estuvieron relacionados con las artes marciales —kárate, judo y kendo— y abrieron gimnasios para enseñarlas. El empresariado japonés, al margen de los ejecutivos de multinacionales, se nutrió en un primer momento de ex maestros de artes marciales y ex ejecutivos, junto a otros profesionales que decidieron asentarse en Cataluña pertenecientes al mundo del arte (pintores, ceramistas, músicos) y de la arquitectura.

Posteriormente llegaron jóvenes de forma independiente, algunos a estudiar, que finalmente decidieron establecerse en Barcelona con algún tipo de negocio: restaurantes, pastelerías, fabricación de kimonos, compañías de importación-exportación, servicios de turismo o de traducción (Beltrán y Sáiz, 2007b).

Antecedentes laborales

Para fundar una empresa es necesario disponer de capital y de conocimientos básicos sobre la organización productiva requeridos para su buen funcionamiento. La consecución de los capitales económico, humano y social imprescindibles para la empresa supone un proceso, más o menos largo, en la vida laboral de los y las empresarias, donde el período de aprendizaje y formación suele ir paralelo al de acumulación de capital.

Pero el camino no es igual para los hombres y las mujeres que conforman el empresariado asiático catalán. No hay un único modelo de ser emprendedor. En algunos casos la familia socializa a sus hijos e hijas en la cultura empresarial al igual que lo hace con la lengua y la cultura familiar. En otros, la actividad económica de la comunidad de origen, el nicho étnico, es la que dirige los pasos de los y las futuras empresarias.

Para otras personas representa la materialización de la movilidad social ascendente y, por tanto, el éxito del proyecto migratorio.

El empresario a su pesar, es decir, aquel que se hace empresario por la discriminación del mercado laboral segmentado, es un perfil que apenas se encuentra en el empresariado asiático, lo cual no quiere decir que entre ellos no haya personas con una elevada cualificación. El deseo de ser autónomo e independiente forma parte de un modo de vida donde se han socializado muchos de ellos (Beltrán, 2006b).

Empleo familiar

Las familias que tienen una historia más larga de asentamiento en España son las que cuentan con las empresas familiares más antiguas. En la empresa familiar ideal el padre, varón de más edad, inicia la cadena familiar tanto por lo que respecta a la movilidad geográfica como a la actividad económica:

En el año 1952, mi padre primero tenía un [...] estaba asociado con otro sindhi, en el mismo Tánger, luego se trae a la familia, se montó otra tienda, *se montó otra vida más de contactos* y también los hijos para encauzarlos un poco [...] (Lani).

Mi padre trabajaba en un restaurante chino de la calle X [...] ahorra, nos enviaba dinero y luego nos sacaron del país. Su hermano también se instaló aquí y tuvieron un pequeño negocio de importación-exportación, antiguamente lo hacían de muebles, pero poquita cosa, en los años noventa y pocos. [...] Tenían un restaurante y la empresa [...] Mi madre trabajaba en el restaurante [...] estaban otra hermana y varios familiares más [...] El negocio era de la familia de mi padre (Meili).

En general, los padres crean empresas en el mismo sector en que trabajan otros compatriotas, pues la puesta en común de los recursos propios de la comunidad facilita la posibilidad de su permanencia en el tiempo y del crecimiento de la empresa familiar original. La experiencia previa del fundador es un activo importante para la puesta en marcha y posterior perdurabilidad del negocio familiar; gracias a ella, en el sector comercial se conocen los mercados internacionales y las necesidades de los clientes, lo que permite una inmediata adaptabilidad y flexibilidad garantizando las

ganancias de la inversión realizada. Esto supone fenómenos como que en épocas de extrema escasez, por ejemplo en el período de la posguerra española, algunos asiáticos encontraran en España un nicho económico donde poder prosperar:

Allí había un poco de todo porque faltaba de todo. No es como la opulencia de productos que hay hoy en día, en aquel entonces faltaba de todo. Yo que sé, le diría medias de nylon, que estaban muy de moda, le diría esmalte de uñas, que me acuerdo incluso que venían marineros de España y desde Europa también, que nos compraban cantidades. *Nos hacían trabajar mucho* porque teníamos que abrir, envolver las diez o quince botellitas, luego atarlas con una cuerdecita fina, que se la ponían ellos dentro, al lado del pantalón, entre el vientre y el pantalón, y lo pasaban de estraperlo, cuando había el estraperlo en España (Lani).

Las capacidades de los fundadores para movilizar recursos y abrir mercados conforman una dimensión muy importante para conseguir el éxito económico de la actividad emprendida, y la mano de obra es un componente básico para garantizar la operatividad de toda la infraestructura empresarial. El trabajo suele venir, aunque no siempre y no solo, de la mano de los hijos e hijas. Su fuerza de trabajo es una aportación a la empresa familiar y evoluciona con el paso del tiempo, de manera que la futura generación de la empresa se socializa en la cultura del trabajo autónomo, del esfuerzo y de la conectividad social, valores y prácticas imprescindibles para la viabilidad y el éxito de la misma.

En los análisis más clásicos sobre las empresas familiares, la contribución laboral de hijos, hijas y esposas se suele valorar como una apropiación gratuita del trabajo por parte del propietario, lo que repercute en unas relaciones laborales y familiares jerarquizadas, adaptando las tesis marxistas sobre la extracción empresarial de la plusvalía de los trabajadores, es decir, la explotación de los que cuentan con los medios de producción (jefes, padres, esposos) sobre los que posibilitan su rendimiento. Sin embargo, en estos análisis no se tiene en cuenta que los hijos e hijas aprenden desde su experiencia laboral los mecanismos propios del negocio y que el capital social que reúne el fundador —los «contactos»— se les trasmite con el paso del tiempo, junto con el resto de bienes y posesiones que constituyen el patrimonio familiar empresarial, al cual ellos han contribuido con su trabajo:

¿Por qué animaban a sus hijos a seguir eso? Porque es una garantía, es algo que ya conoces, sabes cómo funciona el negocio. Para mí yo también pienso de alguna forma que es bueno, sé cómo va bien, y sé cómo va, y no me supone una carga excesiva [...] puedo tener un valiosa, una valiosa oportunidad de mi padre (hijo de familia Lani).

Un grupo del empresariado de origen asiático siempre ha desarrollado su actividad en el ámbito de la empresa familiar, pero sus responsabilidades e implicaciones han ido variando con el transcurrir del tiempo. La flexibilidad y la adaptación son herramientas necesarias para llevar a cabo las estrategias empresariales de la familia extensa, activa hasta la muerte o jubilación de los fundadores, momento en que la empresa original se fragmenta y se crean nuevas empresas de familias nucleares.

Trabajo asalariado

Muchos de los y las emprendedoras de origen asiático, antes de ser empleadores han sido empleados. El ahorro como resultado del trabajo asalariado es un medio para financiar sus negocios total o parcialmente, según las oportunidades que se les presenten en el momento de dar el salto de contratado a autónomo. Trabajar para otros es un medio, nunca un fin en sí mismo y, por tanto, la venta de la fuerza de trabajo tiene un carácter temporal. En ocasiones el cambio de estatus profesional viene precedido por un período de vinculación laboral dual, es decir que se instaura la empresa pero, para poder mantener el nivel mínimo de ingresos mensuales se sigue siendo asalariado.⁵⁸

El proceso de acumulación de capital se produce mediante distintos itinerarios laborales, que a menudo quedan determinados por el primer trabajo. Así, y de acuerdo con la información recogida, el empresariado de origen asiático que crea su propia empresa en Cataluña, ha tenido alguna de las siguientes trayectorias laborales.

Trabajo en la diáspora

Suele coincidir con las personas que han recorrido varios continentes antes de llegar a España y que han desempeñado distintos cometidos en su

trayectoria laboral. En este sentido, la experiencia de Puskhar resulta muy ilustrativa:

[En Manila] Primero, un año y medio trabajé en una fábrica de ropa, y luego me fui a trabajar a otro sitio de mayoristas, luego me dedicaba a las gafas, perfumes [...] He trabajado de mayorista vendiendo más cosas [Después en Singapur] allí montamos la oficina de alfombras [...] me monté, busqué clientes, un piso, una tienda, almacén. [En Lagos] entonces me dio muestras de toda la ropa, la maleta [...] Yo trabajaba en las embajadas de los países, porque en África los embajadores no tenían ropa, los que querían corbatas, trajes y todo eso, entonces vienen desde Hong Kong, América, los sastres salían más baratos, ellos nos compraban a nosotros, pero nosotros nunca les engañábamos porque es muy oficial, pagan al contado todo, cuando llegaba al El Cairo o a cualquier otro país, buscaba los embajadores y decíamos: «Pues mira, yo soy de Hong Kong». Entonces entrábamos, enseñábamos la muestra, hacíamos la medida, pagaban en dólares, mandábamos el pedido a Hong Kong y ellos lo mandaban allí. Por cada traje sacábamos el 10%, y entonces todos los sastres eran sindhis pero los trajes se hacían en Hong Kong.

Al llegar a España también se insertan laboralmente dentro del nicho étnico y tras varios años trabajando por cuenta ajena son capaces de establecer sus propios negocios. Hay que señalar que por lo que se refiere al sector comercial y de servicios para clientela nacional e internacional, parece que se respeta la dedicación de cada uno de los grupos étnicos, al menos de los que llevan más tiempo asentados. Por ejemplo, en Barcelona las tiendas de ventas de recuerdos típicos de España (*souvenirs*) de las Ramblas están en manos de los sindhis, así como negocios que se dedican a la venta de productos electrónicos y de objetos de lujo sitos en distintas calles de la misma ciudad. El empresariado chino trabaja la venta al por mayor de ropa en la zona de Arco de Triunfo, bazares de productos baratos y bisutería, entre otros. De este modo se evita la competencia interétnica y se facilita la inserción laboral de las personas que desconocen la lengua y las costumbres del país de destino.

En algunos casos la acumulación de capital se ha llevado a cabo fuera de España pero trabajando en negocios pertenecientes a la familia extensa, como por ejemplo la familia de Lao (en Francia) o Zujabit (en Alemania), reseñados más arriba. Para estos empresarios la acumulación de capital y la financiación de su propio negocio ha sido posible en me-

nos tiempo que en los casos anteriores, un dato para tener en cuenta pues sugiere que la red familiar es más relevante desde el punto de vista de la obtención del capital inicial que la red social étnica.

Trabajo en el nicho laboral étnico

Cuando llegamos en agosto de 1979 a principios de año mi tío cerró el último restaurante ya que quería hacer otras cosas y con 16 años me puse a trabajar fregando platos en un restaurante chino de un amigo de mi tío, porque mi tío ya no tenía negocio [...] Yo pues empiezo a aprender, a trabajar, y poco a poco [...] Luego el amigo que nos vino a buscar al aeropuerto, su socio, montó un restaurante chino en Tarragona en 1980. Y allí fui a aprender más. Allí me enseñaron cómo se cortaban las cosas bien, cómo se hacían las cosas [...] Estuve un año y volví a Barcelona. Pedí ayuda a este amigo de mi tío para encontrar trabajo y a otro chino, a otro chino [...], antes de fundar mi restaurante (Wang).

Cuando llegué me puse a trabajar en un taller de confección de un paisano, aguanté tres meses porque el trabajo no me gustaba, eran muchas horas de trabajo, y bueno, quise probar otra cosa. Empecé como ayudante de cocina y pasé varios años en restaurantes de comida china, cambié muchas veces de restaurante, si no me gustaba el jefe o lo que hacía, pues me iba trabajar a otro sitio (Wei Lifei).

Antes de tener mi gimnasio estuve trabajando varios años con un compatriota, él tenía un centro de acupuntura y llevaba en España ya quince años. [...] Para nosotros es fácil, ya aprendemos un poco [de acupuntura] en nuestro país (Lee).

Se puede tener uno o varios empleadores coétnicos antes de disponer de los medios necesarios para montar el propio negocio familiar, capital económico y seguridad en que los conocimientos adquiridos serán suficientes para poder asegurar un buen servicio a los clientes. Combinar ambas variables da como resultado vinculaciones laborales contractuales de corta o larga duración en función del número de personas de la familia que contribuyan a la acumulación de capital, de los conocimientos previos y de la celeridad en su adquisición. Seguramente tener jefes que enseñan bien el oficio también incide en la cantidad y calidad del período

do formativo. Enseñar el oficio no solo consiste en el desempeño del mismo (cocinar, coser, vender, colocar agujas en el cuerpo, tomar medidas, etc.) sino que incluye otro tipo de competencias más difíciles de calibrar como la atención a los clientes, contactar con proveedores, establecer redes y mantenerlas, obtener información sobre la calidad de los productos, las tendencias del mercado, etc.

Trabajar en el nicho étnico facilita el acceso a los elementos y mecanismos sustanciales de un negocio familiar. Y trabajar en el nicho étnico para la familia extensa aún lo facilita más, pues reduce el tiempo de capitalización en la mayoría de los casos y, en otros, los menos, elimina fases de la trayectoria empresarial de éxito para el momento actual. Este fenómeno se aprecia especialmente en el colectivo chino, donde las empresas de importación-exportación simbolizan la movilidad social: el matrimonio Li llegó a España en 1993 dejando una hija en Qingtian al cuidado de los abuelos paternos. Ambos trabajaron en el restaurante de la hermana de la esposa y varios años después, mientras el marido continuaba en el restaurante, la mujer se desplazó a otra ciudad para trabajar en la empresa de importación del hermano del marido. Cinco años después de su llegada a España el matrimonio Li abrió, junto con otros socios, la empresa de importación de productos destinados a bazares que regentan hoy en la ciudad condal. Un tiempo record si tenemos en cuenta que las familias chinas con una estancia media de más de diez años son las que están al frente de este tipo de empresas de mayor capitalización inicial.

Por otra parte, dada la frecuencia estadística en la relación directa establecida entre el tipo de negocio donde se ha trabajado y la empresa que funda el empleado cuando pasa a ser empleador,⁵⁹ podemos considerar que en los colectivos que cuentan con nichos étnicos laborales definidos el trabajo por cuenta ajena hay que entenderlo como un período de aprendizaje (Sáiz López, e.p.). De este modo, se constata que con el paso del tiempo y conforme el aprendiz desempeña mejor su trabajo, es decir, se capacita, el salario aumenta.⁶⁰

La dimensión de la capacitación formativa del trabajo por cuenta ajena es valorada positivamente por los hijos e hijas que han experimentado esta modalidad laboral antes de su incorporación definitiva a la empresa familiar:

Sí, cuando acababa el curso trabajaba. En los restaurantes chinos siempre hay trabajo, y bueno, ganaba para mis cosas. Y mira, ahora me sirve por-

que valoro más el trabajo de los empleados y sé cómo se sienten. Si tú no has hecho antes este trabajo, ¿cómo puedes entenderlo? (Meili).

Mi padre me da diez años, hasta que se jubile, y yo le he pedido que me diera cuatro años porque si tengo que estropear una empresa mejor que sea de otro [risas], quiero aprender todo lo que pueda, pero soy consciente del sacrificio, ahora tengo unos años por delante y quiero hacer todo lo que pueda (Feng, hijo de exportador).

Trabajo para empleadores autóctonos o de otros grupos étnicos

Trabajaba en una tienda de *souvenirs* con los indios en las Ramblas y ganaba muy poco dinero lógicamente, y un amigo mío que estaba de criado y que se iba a ir a trabajar a las minas que pagaban mucho dinero en Jaén y me dijo ¿por qué no ocupas mi sitio? Y dije vale y me fui con unos señores, en su casa había dos niños pequeños. Yo hacía la comida, limpiaba la casa y cuidaba los niños, muy buena gente, me trataban como a un hijo, con ellos aprendí castellano y más adelante unos conocidos suyos me preguntaron por gente como yo y les dije de unos cuantos, y en aquella época además de los filipinos estuvimos unos cuantos pakistaníes trabajando de mayordomos [...] iba a hacer horas extra de camarero a un bar exquisito [...] casas privadas, y de ahí salió que después un señor necesitaba un *masover*, y pagaba más de lo que yo cobraba, aprendí catalán muy bien [...] Al final me casé, la traje aquí y tuve que ganar más dinero, me vine a Barcelona y empecé en un almacén, de mozo pasé a jefe, iba de aquí a X, de cuatro de la mañana hasta las doce, luego tenía que estar en Barcelona a las tres y a las once me metí de chófer con una señora y los fines de semana trabajaba de camarero, en verano nos íbamos a [...] y tan contentos. Todo eso hizo que en dos años pagáramos la hipoteca, todo eran ingresos, tres o cuatro al mes, al final [...] eras joven, tenías ganas de llegar a algo, y conseguí, una vez pagada la hipoteca, este bar, que estaba en traspaso (Prati).

Muchos de los actuales empresarios de origen pakistaní han acumulado su capital y han aprendido el oficio trabajando para empleadores autóctonos, aunque no son los únicos. Las mujeres que llegan a España con estudios superiores también se suelen insertar laboralmente en el mercado laboral de autóctonos, sobre todo realizando trabajos vinculados con el estudio de lenguas (profesoras de colegios, de clases particulares, etcétera) o de mediadoras para las distintas administraciones

públicas; después dan de alta sus propias academias y empresas de servicios culturales.

El empresariado asiático, cuya primera inserción laboral en España ha sido con empleadores autóctonos o de otros grupos étnicos, suele coincidir con las personas que no han contado con una amplia red étnica, lo que les ha obligado a ampliar su entorno para conseguir una ocupación. Una vez consolidada, como se describe en la cita de más arriba, sí que han activado sus contactos étnicos para buscar trabajo y para facilitar el acceso de sus compatriotas a puestos laborales en destino (caso de los «mayordomos pakistanés»). En el caso de las empresarias de servicios culturales, muchas de ellas de origen chino, las razones son otras: las habilidades que las hacen competitivas son requeridas por la sociedad de destino y no por sus coétnicos (caso de la mediación y divulgación cultural), y aun en el caso de serlo —enseñanza de lenguas locales— el mercado étnico resulta insuficiente para la acumulación y visibilización de una empresa que aspira a consolidarse en el sector, cuya mejor estrategia mercantil para obtener buenos resultados profesionales es la combinación de ambos mercados, étnico y autóctono, así como de varias vinculaciones laborales (por cuenta propia y por cuenta ajena).

Las empresas

El ciclo empresarial se caracteriza por un recorrido que suele tener tres fases diferenciadas: instauración de la empresa, consolidación y expansión. La mayor parte del empresariado asiático de Cataluña es de carácter familiar configurando unidades de producción, distribución y consumo que interrelacionan vida familiar y laboral a lo largo de las tres fases empresariales que a su vez se superponen al ciclo vital familiar. Empresa y familia, o familia-empresa, constituyen una unidad de análisis relevante para la comprensión de las lógicas internas, así como de las dinámicas que subyacen al funcionamiento, estructura y organización de la empresa.

En estudios anteriores hemos analizado cómo afecta el transnacionalismo al ciclo empresario-familiar en sus distintas fases (Beltrán, 2007a), por una parte, y las implicaciones teóricas y metodológicas que desde el punto de vista de las relaciones de género se infieren al utilizar una perspectiva que integra a la familia y la empresa, por otra. Esta pers-

pectiva cuestiona la división entre trabajo productivo y reproductivo, inherente a la producción industrial de las sociedades capitalistas, pero insuficiente a la hora de explicar la organización y funcionamiento interno de la empresa familiar asiática (Sáiz López, 2007, 2008).

Ahora abordaremos el análisis de las empresas desde otro ángulo. A lo largo del trabajo de campo hemos visto que la estructura y organización empresariales, en el sentido de formar parte de una empresa consolidada o de nueva configuración, tiene efectos y consecuencias diversas para su éxito y requiere de un repertorio diferenciado de las habilidades y la capacitación de los y las empresarias. Para profundizar en estos aspectos proponemos una nueva tipología atendiendo a la posición ocupada por el y la empresaria en relación con la organización de la que es titular o cotitular.⁶¹

Empresas de nueva creación o primeras empresas

Entendemos por empresas de nueva creación aquellas en las que han trabajado y trabajan los y las informantes desde el momento en que inician su carrera empresarial. Consideramos empresas familiares de nueva creación las que están formadas por, al menos, dos miembros de la familia nuclear, con o sin socios, dado que la relación laboral obliga a diseñar estrategias familiares destinadas a maximizar la rentabilidad económica y social de la empresa así como el capital cultural familiar,⁶² entendido como los conocimientos y códigos de las prácticas de la interacción social.

En todos los orígenes étnicos asiáticos aparece la figura del empresario fundador y es transversal a todos los sectores comerciales y de servicios personales del empresariado asiático en Cataluña. De los nuevos negocios aquí contemplados destacan por volumen las tiendas de alimentación (supermercados, tiendas de conveniencia, panaderías, carnicerías, pastelerías) con una clientela diversa en función del producto que venden: desde la carne sacrificada de acuerdo con el rito musulmán hasta el pan cocido en presencia del cliente. El abanico es tan amplio como extensa la zona que cubren las tiendas de proximidad o conveniencia de titulación asiática.

Los restaurantes de comida étnica temática (china, coreana, india, pakistaní, japonesa) también se dispersan a lo largo de la ciudad y su ubicación indica la clientela a la que va destinada la comida que ofrecen.

Esta clientela no se define en términos étnicos sino en función del estatus socioeconómico.

El comercio minorista incluye tiendas de ropa, productos electrónicos y recuerdos típicos de Barcelona y España. En la sección de servicios personales encontramos pequeños negocios como locutorio, copistería, pequeña inmobiliaria, agencias de viajes, gimnasios y empresas que prestan servicios de asesoría múltiple con varios socios y empleados. También hay empresas de construcción con diferente número de empleados, comercio mayorista de ropa y una empresa de importación de productos de bazares.

La toma de decisión y el capital inicial

Rona se casó en el verano de 2007, el mismo año en que empezó a trabajar en su panadería. Los dueños anteriores, a quienes conocía por ser vecinos del mismo barrio donde ha vivido prácticamente toda su vida, le ofrecieron el traspaso cuando llegó su edad de jubilación. Para financiarlo su madre le dio algo de dinero y pidió un crédito al banco, que le fue concedido porque tenía dos avalistas: su madre y su tía. La clientela es del barrio y en su mayoría los proveedores son los que trabajaban ya con los dueños anteriores. Vende pan que hacen en un horno eléctrico. El pan congelado lo consigue de una fábrica de una ciudad catalana. Además vende refrescos, golosinas, frutos secos, etc., productos destinados a una clientela infantil. Como panadería tiene un horario amplio, de las siete de la mañana hasta las nueve de la noche y abre todos los días:

La tienda va bien, antes [con los otros dueños] ya iba bien. A mí siempre me ha gustado esto porque no es muy difícil, tenemos los mismos clientes y vendemos los mismo productos, y además tengo la ayuda de mi familia.

Kali nos relata las estrategias laboral-familiares del empresariado pakistání en Cataluña:

El 70% de las tiendas de pakistaníes en Barcelona son de hermanos, de tres o de cuatro hermanos, la mayoría son de tres hermanos, los tres trabajan durante dos o tres años en la construcción o en lo que pueden y después abren una tienda. Dos de los hermanos siguen trabajando y el tercero está en la

tienda y como con el sueldo de los otros se gana 2.000 euros al mes, no tienen miedo de perder su negocio y pueden poner mucho en la tienda. Cuando esta va bien abren otra y se queda otro hermano en la tienda y el tercero sigue trabajando de forma asalariada y cuando abren la tercera tienda ya dejan de trabajar para otros. En general, el hermano mayor es respetado por los otros dos y entre todos ellos deciden poner a un trabajador para que le ayude. La tienda necesita como mínimo un capital de unos 20.000 euros, después con el dinero que sacan y algún crédito invierten en abrir un Döner Kebab y es así como montan las tiendas y los bares que ofrecen kebab.

La acumulación de capital proviene en su mayor parte del trabajo asalariado de los varones de la familia que se comportan como una unidad de producción y distribución hasta que todos consiguen tener su propio negocio, momento en que se inicia la reagrupación familiar y comienza un nuevo ciclo familiar-empresarial para estas familias, al pasar de las estrategias conjuntas de familia extensa a familia nuclear, es decir, cambia la entidad familiar objeto de la distribución, sin abandonar por ello las redes familiares de apoyo mutuo.

El matrimonio Li creó una sociedad limitada con otros socios para establecer su empresa de importación-exportación. Para financiar los gastos contaban con el dinero acumulado por ambos en su trabajo previo para la familia extensa, al que se sumaron préstamos de la familia y de amigos:

Al principio venía a trabajar [...] Ahora tenemos mucha familia, amigos. La gente pide un millón, 20 millones, es fácil porque nosotros somos todos de palabra. Por ejemplo, tú eres una persona de palabra, bien, cuando necesitas algo, siempre hay grupos de familia, amigos, entonces para la gente 3.000, 5.000, un millón [...] no es difícil juntar.

Sin embargo, y contrariamente a lo que comúnmente se cree, para beneficiarse de los préstamos personales privados de la red social no es necesario pertenecer al mismo grupo étnico:

Yo tenía un cliente de aquí, nacional, con el que nos llevamos muy bien, y una vez vino y me dice «voy a montar un bar, ahora como aún me falta con el crédito del banco, necesito un favor» y le digo: «¿cuánto necesitas?, ¿no será mucho?» [...] dice: «3.000 euros», como yo tengo confianza le di 3.000, él me dijo que en tres meses me lo devolvería, pero luego no tenía para pa-

gar [...] Nosotros los chinos nunca dejamos de pagar, haces el favor, con seis meses si tú no puedes es problema tuyo, entonces tienes que buscar solución u otro sitio, o banco, primero necesitas devolver todo [...] Si nosotros, por ejemplo yo pido a mi hermana o a nuestro amigo, cuando llega la hora hay que tener palabra. Si después de seis meses, tú no puedes [...] como mínimo has de llamar y preguntar, ahora necesitas eso o puedes dejarme un poco de tiempo más, yo todavía no puedo pagar. Si tú me dices, vale, vale no pasa nada, entonces sigue, pero si dices: «no, no, ahora ya necesito», tú tienes que devolver, todo con palabra.

Así pues, los paisanos de Qingtian «tienen palabra», expresión que alude a la confianza mutua imprescindible para la obtención de crédito y capital privado que proveen las redes familiares y sociales, una estrategia financiera, combinada en ocasiones con los créditos bancarios, utilizada para maximizar las posibilidades de inversión de las y los emprendedores asiáticos.

Los tres casos anteriores solo son una pequeña muestra de las múltiples circunstancias en las que nacen las empresas de origen asiático. Capital económico —y las distintas estrategias para conseguirlo—, conocimientos del funcionamiento del negocio —a través del trabajo asalariado previo, porque «no es muy difícil»—, y de la estructura de oportunidades junto al acceso a información —de conseguir un traspaso, de contar con socios, de acceder a locales—, son algunas de las variables que enmarcan la toma de decisión.⁶³

A veces se viene ya con el capital para invertir desde fuera, bien sea desde origen o de otros países donde se estaba establecido previamente. En estos casos es necesario invertir tiempo para decidir el tipo de negocio que cabe montar y el lugar donde se va a establecer. Es habitual realizar viajes de prospección por diversas ciudades y barrios de las grandes ciudades para tomar la decisión definitiva. Otro aspecto relacionado con la financiación es que junto al ahorro del trabajo previo asalariado y el acceso a créditos de familiares y de amigos, así como de instituciones financieras formales, también se puede invertir el dinero de dotes de matrimonios o de venta de tierras y propiedades en origen:

Volví para casarme [Punjab] y con la venta de la tierra que aportó mi esposa en la dote compramos el actual local de la tienda. Yo también era un pequeño propietario agrario en mi país. En mis tierras trabajaban 15 jornaleros cada año. También vendí la tierra para invertir en la compra de los

productos que vendo y en la apertura de un restaurante que se encuentra muy cerca de la tienda (Zujabit).

Organización del trabajo

El empresariado de origen asiático coordina distintas modalidades de organización laboral en función de la fase en que se encuentra la empresa, las condiciones laborales y el acceso para reclutar mano de obra coétnica en origen y en destino.

1. *Mano de obra familiar.* La puesta en marcha de un negocio familiar implica a todos sus miembros. La cantidad y calidad de la mano de obra que aportan a la empresa familiar varía en función del tipo de negocio, de la capacitación de los titulares (generalmente pertenecientes a la primera generación de migrantes, en términos familiares serían los padres) y de la edad (Sáiz López, 2006, e.p.).

Para trabajar para otros es mejor trabajar para ti y [...] es mejor que trabajen los de casa que los de fuera, hay más confianza y no tienes que pagar (Rona).

Frases que resumen la cultura empresarial de muchos de los negocios familiares de primera creación de la ciudad condal. La utilización de la mano de obra familiar incrementa la productividad y beneficios del negocio y su permanencia. En una primera fase de la implantación de un negocio es importante reducir al máximo los gastos, pues el capital se utiliza para el abastecimiento de los productos, el pago de licencias, pagos de impuestos y gastos de gestoría, entre otros.

Pero trabajar para la familia, ayudar a la estabilidad y consolidación de la empresa, no es una tarea fácil. El «todo vale» no es admisible cuando quieres que el negocio (fuente de ingresos que puede ofrecer una vida de calidad a la familia nuclear, incluidos estudios universitarios para los y las hijas con más aptitudes) tenga éxito. Trabajar para la familia implica responsabilidad y profesionalidad:

Pues es diferente la implicación que tienes, en un negocio familiar tienes mucha más presión, más implicación y todo te toca más. [...] Cuando trabajas con la familia, tienes que tener mucho más en cuenta otros factores.

A ver, si trabajas para otros y hay un cliente y le dices las cosas como están y no vuelve, pues no pasa nada, el negocio no es mío [risas]. Pero aquí no, aquí tienes que mirar por todos lados, que quede bien el restaurante, que quede bien el cliente, que todo tenga una conexión, que todo salga bien y acabas saturada, y acabas muy saturada (hija de la familia Lao).

2. *Empleo combinado*. Por lo general, cuando la empresa se acerca a la segunda fase, la de consolidación, la familia puede liberar la mano de obra de los y las hijas y es sustituida, total o parcialmente, por trabajadores contratados. Tener más o menos empleados depende de las necesidades laborales del negocio.

El mercado laboral étnico proporciona mano de obra variada, sea cualificada o no. Para contratar a los empleados se utilizan diversas vías, avisos en los tablones de anuncios dispuestos en las tiendas de alimentación de titulares de origen chino, periódicos en lenguas asiáticas, asociaciones de trabajadores, redes familiares y sociales transnacionales, reuniones en oficios de iglesias y oratorios, etc. Asir viene a Barcelona en 2003. Trabaja en una tienda de *souvenirs* de las Ramblas. La tienda cuenta con un total de tres empleados. Es el hermano mayor de su familia y ningún miembro más está con él porque trabajan en los negocios del padre en su pueblo. Su jefe, quien le hace una oferta de trabajo para venir a trabajar con él, es amigo de su padre. Aún no sabe cuál será su futuro pero asegura que «donde haya oportunidad de ganarme la vida allí iré».

También se recluta en origen porque

Cada día es más difícil encontrar gente que quiera trabajar en un restaurante porque es un trabajo muy duro. Sí, porque, o sea, tienen fiesta, aquí en los restaurantes tienen fiestas, pero son muy diferentes que los de una tienda de ropa, porque ahí tienen los festivos, los domingos. En un restaurante no, por las tardes y los fines de semana siempre toca trabajar. O sea los días de fiesta que tienen siempre son un día de semana y no todo el mundo quiere trabajar en esas condiciones. Los que vienen de allí les da igual, están acostumbrados (hija de la familia Lao).

El mercado laboral étnico transnacional abastece de trabajadores adaptables y flexibles, en horarios y sueldos, a las necesidades de organización laboral de las empresas de origen asiático.

La existencia de empleados en el negocio familiar incorpora una nueva relación laboral que comporta el establecimiento de nuevas jerarquías. Su gestión, en función del tipo de negocio y de los miembros de la familia que trabajen en él, conlleva una división sexual de los roles en cuanto a las exigencias profesionales y formas de ejercer la autoridad:

Mi madre es la que siempre lleva las riendas y mi padre el que intenta hacerse el bueno, aquí la cosa es diferente. No es que mi madre quiera «putear» a la gente, es que es el papel que le ha dejado mi padre, mi padre ya agarra el papel de persona buena y no lo suelta. Y mi madre, mi madre claro, llega un momento en que, que se colapsa y «es que no puedo aguantar más», mi madre es una persona que si haces algo mal te lo dice a la cara. Y como le pillas un poco mal te lo dice de una manera basta, pero es eso, es su carácter no porque intente fastidiarte ni nada (hija de la familia Lao).

Con el tiempo, las relaciones entre empleadores y algunos empleados pueden transformarse. Ocurre en las empresas familiares consolidadas con hijos e hijas mayores que expanden el original negocio familiar con otras aventuras empresariales. Coincide, además, con padres en edad de jubilación o próxima a ella. Para no perder el control sobre el negocio familiar se establece una asociación, formal o informal, con el empleado de más confianza, el encargado, momento en el que compartirá con los dueños los beneficios del negocio donde él seguirá trabajando. Este acuerdo se conoce en el ámbito chino como «sistema *chengbao*», utilizado en China a principios de la década de 1980 cuando el Estado delegó el control y gestión de algunas empresas estatales en manos privadas (Zhang, 2003: 123).

3. *Mano de obra asalariada*. En general proviene del mismo grupo étnico y/o compatriotas, y se puede contratar en origen y en destino. Cada una de estas posibilidades va acompañada de condiciones laborales diferentes. Cuando se contrata en origen y el empleado corre con la gestión de la oferta de trabajo y gastos de viaje exige a su trabajador una fidelidad de unos años para rentabilizar la inversión hecha en él. Este acuerdo parece necesario ante la elevada movilidad laboral de los nichos étnicos:

Contrato unos años [...] gente de China diferente, no como la gente de aquí cuando está en un sitio trabaja bien y se queda siempre. El chino, no. Por ejemplo, si hoy aquí pagan 600 euros, mañana vienen de otro lado y te dan

700, y hay gente que cuando trabaja seis meses, ya quieren cambiar de sitio (señora Li).

Además el empleador puede facilitar casa y comida a su empleado; en esos casos el sueldo mensual es menor que si el gasto de la manutención corre por cuenta del trabajador.

Para entender las ventajas de contratar en destino a compatriotas veamos el caso siguiente. El matrimonio Arif tiene una agencia de viajes con varias sucursales en el Estado español. Se constituyeron en sociedad limitada al 50% y para capitalizarla utilizaron sus ahorros, un crédito bancario y dinero que les dejó la hermana de la esposa. Tienen cuatro empleados compatriotas contratados en destino, donde hay mucha mano de obra cualificada que no consigue puestos de trabajo acordes. El trabajador autóctono se ajusta menos al perfil laboral que ellos necesitan porque

La gente trabaja dos años y luego pide paro. Cuando buscamos personas necesitamos que estén tiempo con nosotros porque primero los formamos, si se van a los dos años no nos interesa, y si pide baja y se va a descansar, pues no nos interesa tampoco.

Y además no muestran una actitud diligente ni miran por el bien de la empresa:

Sí, en una agencia de viajes un empleado a veces no hace nada durante el día, todo el día libre, jugando con el correo electrónico, viendo mensajes, nada, entonces tiene que limpiar mesas, limpiar cristales, nada, un español no hace nada, por ejemplo, un cuadro se ve que hay que ponerlo bien y el español llama a un técnico, incluso a su propio padre llamaría y pagaría, pero ellos no lo pondrían. Si una cerradura no funciona llamará al cerrajero, y los pakistaníes ellos mismos lo arreglan, si la mesa se mueve con dos tornillos lo arreglan, si el grifo no funciona también lo arreglan, es la razón por la que los preferimos.

Ni de la clientela:

Los pakistaníes también van a comer a casa pero se adaptan, saben lo que hay, si hay cuatro clientes no piensan en ir a casa a comer, se comen un bocadillo y si tienen que cerrar más tarde lo hacen; a veces el vuelo sale con

retraso y manda los clientes a la agencia para cambiar la ruta, la fecha, entonces a veces son las ocho pero hay trabajo, o bien hay que devolver el dinero u otra cosa y los españoles no se quedan y los pakistaníes sí.

También se recurre a la contratación de personas de otros orígenes y autóctonas, pero esto tiene una menor incidencia en el ámbito del empresariado de origen asiático en Cataluña.

Nuevas situaciones, nuevas soluciones

La inserción en nuevos nichos económicos siempre comienza con la experiencia de un pionero innovador que prueba un nuevo tipo de negocio. En la medida en que tenga éxito, otros seguirán su camino. De este modo se han desarrollado tradicionalmente los nichos económicos étnicos. La innovación del pionero facilita la entrada de los siguientes hasta el punto de llegar a dominar un sector bien sea por su propiedad de negocios o por su fuerza de trabajo en el mismo. Los nichos económicos en un momento determinado de su evolución se pueden saturar porque el mercado de la oferta propuesta ya no da más de sí y abrir nuevas empresas dentro del nicho, además de aumentar la competencia en el interior de mismo, deja de ser rentable para todos.

El desarrollo del mercado a lo largo del tiempo deja obsoletas determinadas líneas de negocios e impulsa la apertura de otras nuevas. Dentro de esta dinámica, una de las más recientes innovaciones del empresariado asiático es la asociación con empresarios autóctonos para incrementar la cuota de mercado al beneficiarse del acceso a una clientela multiétnica, multilingüe, multilocalizada, con diferentes necesidades y poderes adquisitivos, etc., manifestada por ejemplo en la creación de empresas de servicios con una oferta segmentada y personalizada de acuerdo con el perfil del cliente.

Las empresas conjuntas entre personas de origen asiático y autóctonos se encuentran, por ejemplo, en gabinetes de abogados que ofrecen servicios jurídicos especialmente a ciudadanos asiáticos, empresas de consultoría y asesoría para invertir en Asia, servicios inmobiliarios, academias privadas para la enseñanza de idiomas, agencias de viaje y sector turístico y negocios de importación-exportación. También hay empresas conjuntas para fabricar y/o distribuir en Asia todo tipo de productos. El

socio de origen asiático proporciona no solo una parte del capital, sino sus conocimientos lingüísticos y culturales, sus contactos, etc., que constituyen ventajas comparativas, rebajan los costes y facilitan la implantación de empresas destinadas a la producción y/o distribución en Asia.

Las empresas conjuntas surgen entre asiáticos y autóctonos y también entre personas de diferentes orígenes asiáticos, por ejemplo hay empresas constituidas por socios de Japón, China y Taiwan, y las aportaciones de cada uno de ellos son imprescindibles para el buen funcionamiento y el éxito de la misma.

Expansión de empresas familiares

Esta categoría alude a una empresa familiar original que ha mantenido el mismo negocio a lo largo de varias generaciones o ha creado otros nuevos gestionados, en la mayoría de los casos, por los hijos e hijas de los fundadores.⁶⁴ Incluye empresas que se dedican a la venta al por mayor y al por menor de productos electrónicos, objetos de lujo, objetos típicos de España (*souvenirs*) y empresas de importación-exportación, agencias de viajes, inmobiliarias, tienda de alimentación y restaurantes, negocios financiados con el capital generado en la empresa familiar.

Proveedores y mercados de abastecimiento

En las empresas familiares de varias generaciones el paso del tiempo no solo viene marcado por el traspaso de titularidades de padres a varios hijos-as, sino también por la adaptación a la demanda de los consumidores, el cambio en la relación proveedor-cliente y las transformaciones del mercado internacional.

Los objetos típicos y productos de regalo vendidos en las tiendas regentadas por personas de origen sindhi —comercio minorista—, han sido abastecidos por empresas españolas⁶⁵ y por compañías de importación-exportación, mayoristas y distribuidores que distribuían a toda la península desde localidades concretas. En el caso sindhi antes mencionado, en la década de 1970 Málaga era el centro distribuidor más importante para la península, pero ahora la distribución se ha desplazado a la capital del Estado, es decir que los empresarios importadores se han concentrado en

Madrid porque ofrece mejores condiciones como los medios de comunicación y transporte, en definitiva es un lugar más céntrico porque «de Barcelona solamente podíamos abarcar Cataluña y algo más como Zaragoza, Aragón, pero no tanto. Es decir, España como Vigo, Extremadura y tal no vienen a Barcelona a abastecerse». Según las mismas fuentes, en Barcelona existían medianas empresas de importación desde los años ochenta y aún las sigue habiendo, pero han disminuido en número. A pesar de que la ciudad condal se considera más cercana a Europa, la capital del Estado está más cerca o resulta más céntrica para todo el mercado español, incluido el uso de una lengua franca para todo el país.

Antes era importante saber con quién se establecía la relación comercial porque

Hoy en día lo que manda es el precio, porque en aquella época a veces era más barato conseguir un crédito del exportador, «finánciame a 90 o 120 días», que a un banco. Aquí lo primero que te pedían era un aval: «A usted no le conozco de nada y quiere importar medio millón de pesetas, pues necesita un aval», y claro, era mucho más fácil hacer negocios con alguien de la familia. Siempre es más fácil iniciar un negocio con alguien conocido que con alguien que no lo es y el hecho de tener un empresario sindhi en Hong Kong facilita más el crédito, la confianza, el renombre, la garantía, que con una persona que no conoces (Marchan).

La diáspora sindhi ha sido crucial desde la década de 1950 en el abastecimiento y distribución de los productos que vendían los minoristas en sus comercios. En la actualidad es posible reducir el número de intermediarios y acceder a los mercados mayoristas más importantes del mundo para la amplia gama de productos que los consumidores demandan. En China, convertida recientemente en uno de los fabricantes y distribuidores más importantes, también se ha llevado a cabo una reestructuración territorial del comercio internacional mayorista, además de Guangzhou (Cantón) de la provincia de Guangdong, la ciudad de Yiwu, en la provincia de Zhejiang, está abasteciendo a gran número de las empresas sindhis y chinas de la Europa mediterránea.

Otros centros importantes de importación y lugares de distribución, más allá de Asia, pero en los cuales se encuentran los empresarios de origen asiático en España son Alemania, Italia y en menor medida Reino Unido y Francia. Desde estos países es habitual importar productos de comida y medicinales, y desde Italia, en concreto, también ropa.

A pesar de las ventajas de buscar al proveedor directamente para abaratar costes, una relación larga basada en la confianza y la calidad del producto con el proveedor de siempre aconseja mantenerla si el mercado permite asumir ese margen de gasto añadido: lo que importa es tener ese «vínculo de confianza», pues la confianza es vital cuando se trata de dinero. En los relatos de los empresarios familiares siempre cuentan casos de personas a quienes dejaron dinero y no lo devolvieron. En esos casos la fama de mal pagador se propaga en el sector y ante el rechazo social, que se traduce en la quiebra empresarial, esa persona «quizá pueda empezar en otro país». Hay pocos casos en que este tipo de conflictos se solucionen por vía judicial, lo que se explica con argumentos de tipo étnico para justificar esta actitud:

Yo creo que los sindhis no son una gente conflictiva, como se puede constatar. Eso es importante, creo que es más pacífica. Y eso, ya por el talante pacífico, negociador, dialogador, aunque hay disputas comerciales, no llegan a más, no van a los tribunales. Intentan solucionarlo entre sí. Y no me refiero a eso que haya una situación, como diría, un sistema paralelo al judicial donde los mayores hindúes pues intentaran mediar, no, no es eso, en absoluto. Un comerciante con otro intentará resolver su disputa y si se resuelve, se resuelve, si no, no irán a otras instancias. No, no es el carácter (hijo de la familia Lani).

La fase de expansión y la aportación de los hijos e hijas

Kim ha estudiado Comercio Internacional. Por el momento trabaja en la tienda de alimentación familiar, en calidad de socio, pero tiene el proyecto de crear su propia empresa. También importa productos de Corea y de Alemania, país que en la actualidad constituye «la puerta de entrada de los productos orientales a Europa; vienen de Corea, de Japón, hasta de Estados Unidos». Que lo hagan desde uno u otro país se debe a que:

Hay cosas que nos cuesta importar porque no somos una empresa grande. Porque en Alemania ya llevan años haciéndolo y en el tema de la aduana se necesita un control de la alimentación y ellos lo tienen mucho más a mano que nosotros. Nosotros todavía estamos empezando y hemos tenido problemas de higiene en la aduana, de cosas que aquí se consideran farmacéuticas mientras que allí no. Hay muchos problemas de aduana, entonces las

cosas que veo que pueden entrar de forma segura las importamos directamente de Corea y las cosas que no, las importamos de Alemania.

Importar desde Corea tampoco ha resultado fácil; conseguir proveedores en Corea les ha costado, más o menos, año y medio, y los motivos aducidos no son distintos del discurso de los comerciantes sindhis:

Porque es igual que aquí. Si tú estás fuera, vienes y no eres *una persona de confianza* o que está al día de todo el mundillo, no te dan confianza. En un negocio primero se tiene que confiar en la persona y viniendo de unas tierras tan lejanas [...] es muy importante la confianza [...] cuando hay dinero de por medio no es tan fácil. Hay que ganarse la confianza, pero si tienes referencias, si vienes de parte de alguien conocido, entras mejor.

En la fase de expansión de la empresa familiar, los hijos e hijas adultos adquieren un papel muy importante. En algunos casos su incorporación se plasma en su afiliación en tanto socios de la empresa de los padres. La expansión trata siempre de introducirse en mercados a los que antes no se accedía por falta de capital económico y sobre todo de capital humano, aportado por la formación en el país de destino de los hijos e hijas. Así, nos encontramos con, fundamentalmente, dos tipos de expansiones: la que apuesta por incrementar la gama de servicios prestados a una clientela mayoritariamente multiétnica con predominio de clientes coétnicos, locales y provinciales sobre todo, y la que busca nuevos productos y mercados en un ámbito más transnacional. Entre los negocios de la primera opción, las agencias de viajes, inmobiliarias, consultorías, gestorías y una oferta de especialización de comida étnica son los más frecuentes.⁶⁶

La expansión transnacional más notable que se está llevando a cabo en estos momentos está vinculada a los negocios de importación-exportación (caso de Kim) y a la venta mayorista por parte de fabricantes importadores-distribuidores. Pero también se observa la existencia de consultorías cuya actividad principal se centra en atraer capitales en origen para invertir en España, especialmente desde China, lo que apunta a un cambio de tendencia en los flujos migratorios chinos que integra la figura de los trabajadores cualificados (cargos ejecutivos) y también del flujo de capitales.

Muchos padres han orientado a sus hijos a realizar estudios universitarios relacionados con económicas, administración de empresas, co-

mercio internacional, derecho, etc. con el objetivo de obtener una capacitación que posteriormente podrán utilizar en la expansión de los negocios familiares y en la inserción en nuevo sectores. No obstante, no es imprescindible la formación para iniciar nuevas aventuras empresariales. De las familias pioneras en la restauración de comida china, algunos hijos e hijas cambian e innovan en el mismo sector, pero también es habitual la inversión en otros diferentes.

La herencia del prestigio, un activo de la empresa

La nueva generación tiene la ventaja de tener a su lado a la generación vieja y tiene la sabiduría suficiente de pedirle consejo; mi padre tiene 75 años y aún no se ha jubilado (Marchan).

En los colectivos de origen asiático presentes en Cataluña es común la dedicación de algunas personas a actividades destinadas a la comunidad de muy diversa índole. Las hay de tipo cultural, organización y financiación de escuelas para enseñar las lenguas maternas a los hijos e hijas escolarizados en Cataluña, de tipo social, como participación en sindicatos, periódicos, radios y financiación de proyectos humanitarios en origen, y de tipo económico. Por lo general son empresarios y empresarias de éxito económico a las que también se les reconoce un prestigio social, pues el respeto profesional y humano son elementos que conforman al buen y buena empresaria. Evidentemente, los canales del prestigio masculino y femenino no son los mismos, pero la lógica que subyace a los mecanismos de representación social no es ajena a las prácticas culturales de la sociedad en su conjunto.

La reputación, avalada por la confianza en el buen hacer de los empresarios, se construye día a día:

Era un hombre muy íntegro, no porque era mi padre, muy íntegro, muy serio, en fin, y la gente le valoraba. Incluso hasta le llamaban «el Santo», por decirlo de alguna manera (Lani).

La integridad revierte en el éxito empresarial, así como en el social, y pertenecer a una familia en que está probada facilita la continuidad y expansión que llevan a cabo los hijos e hijas — muchos de ellos pertene-

cientes a familias influyentes en sus respectivas comunidades— conocidos tanto por los colegas como por los compatriotas. Es importante mantener la visibilización en la vinculación con las unidades empresariales originarias pues su reputación, heredada al igual que otros elementos estructurales u organizativos, se convierte en un activo más del negocio al favorecer la aceptación de lo «nuevo» por parte de consumidores, proveedores y resto de profesionales, en un mundo donde la confianza y el reconocimiento se obtienen a largo plazo.

Expansión de la primera empresa: empresari@s hechos a sí mism@s

Esta categoría se refiere a los y las empresarias que están en la fase de expansión de su empresa construida a lo largo de su carrera profesional, es decir que ni la han heredado, ni en el proceso de expansión han intervenido sus hijos e hijas, aunque en estos momentos trabajen en ella.⁶⁷ Las empresas objeto de expansión personal trabajan en el sector de la hostelería (bares, hotel), supermercados, mayorista de ropa y empresas culturales.

El perfil de estos empresarios coincide en varios aspectos: llegan solos al país y trabajan como asalariados en el mercado laboral étnico o en el nacional hasta conseguir los capitales suficientes para independizarse e instaurar su propio negocio. Unos se han casado aquí, otros ya lo estaban y algunos han regresado a su lugar de origen para hacerlo. La reagrupación se lleva a cabo cuando se pone en marcha la empresa incorporando el trabajo de las esposas.⁶⁸

El recorrido empresarial recoge aspectos afines en las categorías anteriores, pero con diferente temporalidad. Por ejemplo, la ayuda familiar es más solicitada en la fase de consolidación empresarial y no en la del establecimiento:

Entonces monté una tienda en 1994. Era cuando mi hermano estaba conmigo. Luego, en 1995, vino mi cuñado. Y así estábamos los tres allí, y trabajábamos muy bien día y noche, a las nueve abríamos la tienda hasta las once, y la tienda era muy larga y montamos una cocina donde comíamos por la mañana, desayunábamos, mi mujer traía la comida, y comíamos por la noche hasta las once, once y treinta, hasta las doce, y trabajábamos muy bien, muy bien. Y luego en 1996, pues la tienda de cuchillos que pedían traspaso, cogí esta tienda. Pues mi cuñado se quedaba aquí, y mi hermano y yo enfrente. Y luego, al año siguiente, había una tienda de deportes, era

una tienda que cogí y la puse de deportes. Entonces ya tenía tres tiendas, cuchillería, *souvenirs* y deportes. En definitiva, en tres o cuatro años, me traje a cuatro sobrinos, mi hermano, mi cuñado y lo llevábamos entre todos (Puskhar).

Por otra parte, parece que el crédito de amistad o «crédito amigo» tiene caducidad, es útil y necesario en los comienzos y en transacciones empresariales entre amigos y parientes, pero para la expansión del negocio son necesarios nuevos ingresos que vengan de fuera de la red familiar y social, y las instituciones financieras locales son la mejor opción. El empresariado que se incluye en esta categoría multiplica sus posibilidades empresariales combinando diversas fuentes de recursos y sumándolas todas para conseguir su objetivo. El motivo de logro es un componente importante en esta carrera profesional, ya que ayuda a superar los fracasos y a mantener la actitud emprendedora.

El éxito alcanzado por estas personas radica, a su juicio, en el trabajo constante, el esfuerzo personal y la buena administración:

Tengo clientes míos desde que estoy aquí, son fijos y pondrían la mano en el fuego por mí porque me han visto trabajar, pero el que no me conoce piensa, este tío viene de fuera, tiene un bar y pisos y un bar no da tanto. Oiga trabaje usted como yo y verá cómo le da, trabaje usted desde las cinco de la mañana hasta las doce de la noche y verá cómo le da. Yo conozco a gente que todo lo que gana se lo gasta en las máquinas, viene de trabajar y cerveza va y cerveza viene, y llegan a casa reventados y yo no sé lo que es una cerveza, yo no tengo más que trabajar y nada más, yo no digo que ellos no tengan derecho a disfrutar la vida como quieran pero si administraran mejor su tiempo y su dinero, hoy tendrían como yo o más porque son nacidos aquí y tienen más ventajas que yo (Prati).

Pero como ya hemos visto, en la ética del buen empresario de origen asiático el prestigio social es un elemento necesario. Para conseguirlo hay que compartir parte de lo ganado con los demás, con quienes lo necesitan:

Mantengo a 16 niños que están en mi ciudad, [...] es que al fin y al cabo poner agua en el colegio igual me ha costado 1.000 euros [...] en el fondo el dinero, yo soy de los que me conformo con poco, tengo un pisito y estoy contento, tengo un coche y también, no necesito un Mercedes para ser fe-

liz, lo que sí digo es que he sido afortunado en salir de allí, en venir a un sitio y en conseguir todo lo que he conseguido, pues ya que he sido afortunado no me puedo olvidar de que podía haber estado allí y no salir y ellos aquí, pues mi obligación moral es ayudarles en algo, que se casa una chica del barrio y es pobre y no tiene recursos, pues ayudarla en la boda, es lo mismo que aquí, me siento con la obligación moral de ayudar a los *nou-vinguts* de donde sean para que tengan una mano que les ayude, aunque sea hablándoles, animándoles, dándoles consejos, pues ya es una ayuda, no todo es ayudarles económicamente (Prati).

La difusión cultural y las reivindicaciones tendentes a que la sociedad de destino valore la aportación que las personas venidas de otros países hacen a la riqueza nacional, son aspectos que tienen lugar en la proyección y visibilización de los empresari@s que se han hecho a sí mism@s.

Conclusiones: de lógicas y prácticas

La lógica del capital busca la máxima rentabilidad y beneficio de cualquier actividad económica. En la narración que hacen los y las empresarias de sus trayectorias, de sus relaciones familiares y laborales y de sus prácticas económicas emergen los principales aspectos que estructuran la actividad empresarial: oportunidad, recursos y diversificación.⁶⁹

Aprovechar las oportunidades

Las oportunidades para los empresarios de origen extranjero abarcan un amplio abanico. En primer lugar, no podemos olvidar la legislación española sobre la adquisición de permisos de residencia, reagrupación familiar, permisos de trabajo por cuenta propia y ajena, condiciones previas que separan a los empresarios autóctonos de los alóctonos. Una vez regularizada la situación, la actividad empresarial de unos y de otros está sujeta a la misma legislación. La oportunidad de adquirir el estatus de «persona regular»⁷⁰ en el Estado español ha sido aprovechada en algún momento por algunos de los actuales empresarios. No obstante, en la actualidad la mayoría de los que han llegado al Estado español lo han he-

cho por medio de procesos de reagrupación familiar y ofertas laborales, sobre todo a partir del año 2000. La reagrupación familiar es importante para los y las emprendedoras tanto desde el punto de vista personal como económico, dada la importancia de la ayuda familiar en el establecimiento y la consolidación de las empresas.

La oportunidad puede acelerar el proceso en la instauración del negocio, es decir, el salto de trabajador asalariado a empresario. Y ocurre, principalmente, cuando se dispone del capital económico y se dan las condiciones para acceder a un local disponible. De otro lado, puede acelerar el paso de tener una microempresa (hasta cuatro empleados) a una pequeña y mediana en los casos en que se encuentre un local o almacén disponibles, es decir, pasar de ser minorista o mayorista a importador, por ejemplo.⁷¹

El mercado orienta las actividades empresariales, especialmente las de comercio minorista, prestación de servicios personales, restauración y hostelería. En ocasiones el beneficio se logra mediante la venta de productos a los coétnicos (alimentación, peluquerías, restaurantes, asesorías) en otras, la ventaja radica en ofrecer «productos étnicos» a la población general y en especial a la autóctona, como es el caso de los restaurantes de comida china, coreana, japonesa, india, etc, facilitando la creación de nichos étnicos que no compiten directamente con la oferta de restauración general. Pero el mercado también ofrece oportunidades de inserción en el comercio más autóctono debido a la ausencia de recambio generacional en el sector minorista. Así, el empresariado de origen asiático se hace cargo de las llamadas tiendas de proximidad o de conveniencia (alimentación, verdulerías, fruterías, bazares, etc) y de bares y casas de comidas arraigadas en los barrios de las ciudades («de toda la vida») manteniendo la clientela de esos negocios previa al traspaso. Hasta aquí solo unos pequeños ejemplos de cómo el mercado favorece y orienta hacia una u otra actividad empresarial en función de las oportunidades que genera produciendo cambios en la ubicación de los negocios (movilidad geográfica), de los sectores de actividad (movilidad sectorial, por ejemplo de restauración a agencia de viajes) o en los productos (movilidad comercial, por ejemplo, de colmados a bazares) pero sin cambiar el estatus de empresarios.

La situación cambiante del mercado obliga a flexibilizar la oferta comercial y empresarial creando nuevas oportunidades como la asociación con empresarios autóctonos para aumentar la cuota de mercado y la

oferta empresarial incrementando las ventajas de acceder a una clientela multiétnica, multilingüe y multilocalizada, con diferentes necesidades y poderes adquisitivos, etc., es decir, crear empresas de servicios con una oferta segmentada y personalizada de acuerdo con el perfil con el cliente.

La emergencia en el comercio internacional de China genera oportunidades para abaratar costes al reducir el número de intermediarios en el abastecimiento de los productos y suministrar productos más baratos que otros centros de distribución. Salvo para algunos negocios especializados (como fabricantes y vendedores de ropa confeccionada con tejido de alta calidad), la mayor parte del comercio minorista y mayorista está relacionado con el gran país asiático.

La movilidad es una característica que resume tanto el proyecto migratorio como la actividad empresarial sin cuestionar el vínculo de las personas con los lugares donde nacen, viven y trabajan, en la medida en que la movilidad, como práctica del empresariado de origen asiático de España, es una oportunidad en un espacio global y transnacional.

Maximizar los recursos

El ciclo empresarial se completa, es decir, tiene éxito, si se produce una combinación efectiva de los recursos de que dispone la empresa, fundamentalmente los financieros y humanos.

Para montar un negocio es necesario poder financiarlo. La capitalización se consigue por vías diferentes. Si la familia, los amigos y paisanos ayudan, el tiempo necesario para la acumulación de capital inicial se reduce, sea cual sea el tipo de trabajo asalariado (cualificado o no) que se realice. En general, las empresas de nueva creación que se instauran no acuden en primera instancia a los préstamos bancarios. Esta opción se contempla, especialmente, a partir de las fases de consolidación y expansión, fases que confirman la rentabilidad del proyecto empresarial. Como primera opción, la oferta de crédito de instituciones financieras es requerida por el empresariado sin ayuda familiar o red social y que basa su proyecto en la prestación de servicios especializados, como por ejemplo empresas culturales o consultorías.

Las empresas familiares, en tanto unidades de producción, distribución y consumo, obtienen la mayor parte de las capacitaciones y habilidades necesarias para la viabilidad del negocio familiar de sus propios

miembros. En las fases de consolidación y expansión se recurre a la contratación de empleados que sustituyen total o parcialmente la mano de obra familiar, sin anular la implicación de los hijos e hijas en la empresa familiar, pues existe una continuidad con la apertura de actividades económicas especializadas que son posibles gracias a su capitalización humana (conocimientos profesionales) adquirida en la mayoría de los casos en España.

La red social, fundamentalmente coétnica y transnacional, es una fuente significativa de recursos económicos y humanos. Los préstamos de capital entre familiares, parientes y paisanos incrementan la competitividad de los empresarios asiáticos ya que les permite montar negocios que exigen gran cantidad de capital inicial para pagar traspasos, locales, productos, etc. Al recibir créditos se entra directamente en la red de intercambio y ayuda desarrollada por el empresariado de origen asiático, vínculos que se nutren de valores y prácticas colectivas basadas en la confianza y la reciprocidad. Si alguno de ellos traiciona estos principios recibe el oprobio de sus pares y, en algunos casos, como hemos visto, se puede llegar a castigar con el «destierro» geográfico y social de los infractores.

La contratación laboral del empresariado asiático es mayoritariamente coétnica y se contrata tanto en origen como entre sus compatriotas en destino. Utilizar una u otra vía depende de la cualificación del trabajador, de las condiciones laborales ofrecidas por el empresario y de la ayuda exigida en origen por otros miembros de la familia extensa o de paisanos, para iniciar el proyecto migratorio. El nicho laboral étnico permite a los empleados aprender el funcionamiento del negocio desde la práctica, aprendizaje que suelen rentabilizar posteriormente en su propio negocio.

En definitiva, la red familiar y étnica financia y profesionaliza o forma a sus integrantes para que puedan llevar a cabo su proyecto de movilidad social, que para cada persona se encuadra en un tipo de empresa diferente. En este sentido, la movilidad social para los hijos e hijas de las empresas familiares, usufructuarios, cuando no propietarios, del patrimonio de la generación precedente, les exige mayores logros empresariales que a sus padres, razón que nos induce a pensar en un empresariado más selectivo y cualificado, dinámico y creativo con opciones para internacionalizar y transnacionalizar más sus actividades empresariales en el futuro.

Diversificar las inversiones

Una empresa con vocación de crecimiento y expansión ha de invertir en los diversos capítulos o conceptos que la componen, es decir bienes, capital humano y capital simbólico. Un ejemplo de la diversificación de la inversión en bienes, es la entrada en el mercado inmobiliario de los *sindhis* que se dedicaban a la venta de productos electrónicos y afrontaron la crisis del sector a mediados de los años noventa, invirtiendo en la compra de pisos con el objetivo de rentabilizar al máximo el capital financiero. Esta diversificación de la inversión en inmobiliarias ha perdurado hasta la actualidad en otros colectivos, como los emprendedores pakistanés, que no dejan de trabajar en sus primeros negocios, al mismo tiempo que invierten sus ganancias en la compraventa y alquiler de viviendas y locales.⁷²

Los empresarios también invierten en capital humano, sobre todo en la educación y cualificación de sus hijos e hijas. El tipo y calidad de los estudios depende de la capacidad intelectual y del estatus socioeconómico de la familia empresaria; así, las élites económicas del empresariado de origen asiático educan a sus hijos en las escuelas privadas de élite de la ciudad condal, junto con los hijos e hijas de la élite autóctona e internacional. También acostumbran a realizar cursos de posgrado en otros países, sobre todo en el Reino Unido y Estados Unidos. Cada familia invierte en la preparación de la generación joven de acuerdo con sus capitales económico y cultural, y ambos, no lo olvidemos, están estrechamente relacionados con la clase social.

El empresariado asiático en fase de expansión tiende a financiar proyectos empresariales de sus coétnicos tanto en destino como en origen. La diversificación transnacional de las inversiones obedece a varios objetivos: los puramente económicos (rentabilizar el capital) y otros destinados a invertir en prestigio personal y familiar. Ayudar a los coétnicos a materializar la movilidad social ascendente, así como mejorar las infraestructuras educativas, sanitarias y sociales en origen, son inversiones que aumentan el capital simbólico del empresariado de origen asiático.

El capital simbólico puede parecer el más suntuoso de los aquí comentados y, para alguien alejado del mundo empresarial, contrario a la lógica económica. Pero el énfasis en la confianza, la reciprocidad y la integridad de nuestros informantes señalan la importancia de mostrar la cara más humana del empresario, y no solo el *Homo economicus*. El éxito de

«los vendedores» está en fidelizar a los clientes, es decir conseguir su confianza, basada en criterios que van más allá de la relación calidad/precio.⁷³ La imagen que representa la empresa recae en el prestigio de sus titulares, basado tanto en criterios de profesionalidad como de calidad humana; por ello, la inversión en capital simbólico es tan importante como la de equipamientos, bienes y servicios o formación.

Así pues, la credibilidad, el éxito y longevidad de una empresa radican en una equilibrada distribución de los capitales que la avalan; de ahí la importancia de su correcta y diversificada inversión, imprescindible para su buen funcionamiento y desarrollo. Si no se tienen en cuenta todos y cada uno de los capitales, parece más difícil alcanzar un puesto honorable en el mundo empresarial.

9. Últimas reflexiones

Joaquín Beltrán Antolín y Amelia Sáiz López

O bien no emprender nada, o bien asombrar a todo el mundo con cuanto se emprende.

(Proverbio chino)

El empresariado asiático en España forma parte del tejido de la pequeña y mediana empresa nacional, y es fundamentalmente de carácter familiar. La cultura empresarial es una realidad transcultural, en el sentido de que todos los empresarios, sean cuales sean sus orígenes, aprovechan oportunidades, maximizan recursos y diversifican inversiones en algún momento de su trayectoria. No obstante, el empresariado asiático comporta determinadas especificidades: en primer lugar movilidad, debido a su origen extranjero, algo que no se presupone al empresariado autóctono; y en segundo lugar prácticas empresariales específicas y diferenciadas en función de sus recursos, que incluyen fuentes de financiación, empleo de coétnicos por toda una serie de ventajas comparativas y acceso a redes interétnicas de confianza, entre otras.

La movilidad geográfica es inherente al empresariado de origen extranjero y conlleva la movilización, en algún momento de la trayectoria laboral y empresarial, de flujos y activos (capital, información, mano de obra, afecto) que pueden, o no, superar las fronteras de los estados-nación. En este sentido se convierten en una manifestación del transnacionalismo que va mucho más allá de las tradicionales vinculaciones entre origen y destino.

La radiografía del empresariado de origen asiático aquí expuesta, utilizando tanto fuentes estadísticas y secundarias como la etnografía de casos donde se plasma la narrativa con voz propia de sus historias de vida, aún bajo una misma perspectiva el estado actual de su presencia y el proceso diacrónico de las trayectorias empresariales que les han llevado al lugar donde se encuentran en estos momentos. Una parte de esta narrativa incide en la movilidad como paso previo y, a veces, como factor indisociable a su mismo hacer empresarial.

El paso por diferentes arraigos locales a lo largo de sus trayectorias personales no elimina ni disuelve sus vinculaciones, que traspasan las fronteras de los estados-nación, estratégicamente activadas, o no, en cada fase del proyecto empresarial. La dinámica y los flujos propios de cada comunidad específica evolucionan con el paso del tiempo y con los cambios de los mercados locales e internacionales, junto con las transformaciones de la geoeconomía global. Algunas comunidades históricas como la sindhi en Canarias, y otras más recientes como la coreana en Canarias y en Cataluña, muestran signos de nueva movilidad ante la crisis de los sectores donde se instalaron originalmente. En New Jersey, Nueva York, encontramos un pequeño colectivo de jóvenes coreano-canarios, vecinos de otros coreano-argentinos, que han decidido, por motivos similares de falta de expectativas a corto plazo allá de donde proceden, reiniciar la aventura pionera de la movilidad de la generación anterior, lo cual no significa necesariamente la ruptura con el espacio de su crianza, sino más bien la incorporación de nuevas posibilidades.

La movilidad es precisamente el equivalente a la posibilidad; representa el comienzo de una búsqueda en pos de la estabilidad y la prosperidad con iniciativas empresariales de todo tipo que se ponen en marcha llegado el momento en que se reúnen todas las condiciones necesarias. El empresariado asiático, debido a su larga historia y experiencia de movilidad, variable, sin duda, según los diversos orígenes etnonacionales, incorpora en sus prácticas parte de la globalización, antes incluso de que esta palabra se convirtiera en el nuevo paradigma de nuestros tiempos. En este sentido, podemos considerar al empresariado asiático vanguardia de la globalización y de la internacionalización de la economía española, bien sea por las grandes inversiones de las décadas de 1970 a 1990 de compañías multinacionales japonesas y coreanas en España o por las más modestas de pequeñas y medianas empresas, fundamentalmente familiares, de orígenes diversos que en su lógica económica han funcionado muchas veces, como las grandes multinacionales.

Ahora se inicia una nueva inversión de capital de empresas asiáticas, pero no necesariamente de grandes compañías multinacionales, sino más bien de pequeños y medianos empresarios. Canadá, Estados Unidos, Australia y más recientemente Alemania, están siendo testigos de este nuevo movimiento de capital transnacional. Las reticencias y dificultades del Estado español retrasan su llegada al país, pero igual que ya ha sucedido en otras ocasiones, las barreras se superarán. De este modo se

han desencadenado simultáneamente dos movimientos paralelos: deslocalización de corporaciones transnacionales japonesas y coreanas en España que buscan otros lugares más competitivos para sus inversiones (Soler, 2007) y traslado de segundas generaciones y familias a otros destinos, junto con la llegada de inversiones de nuevo cuño y la dinamización de nuevas iniciativas empresariales por parte de personas de origen asiático, bien sean recién llegadas, o expansiones y diversificación de empresas familiares con una larga trayectoria.

El empresariado asiático cuenta con la ventaja comparativa de la biculturalidad, de la movilidad que aquí lo instala y de los vínculos y conexiones transnacionales, por eso es especialmente activo en el comercio exterior y en empresas con algún factor de internacionalización. Dejando de lado a las familias con una presencia de varias generaciones en España, la mayor parte se encuentra en la fase de inicio y consolidación de sus empresas, apostando por la inversión en la formación del capital humano de los miembros más jóvenes de la familia, a la espera de que la siguiente generación mejore lo conseguido por la primera gracias a su mayor formación especializada y dominio bicultural. La potencialidad empresarial asiática es muy elevada.

Un último estudio de caso que ilustra esta potencialidad, y todo lo hasta ahora expuesto, lo encontramos en el joven empresario Dídac Lee,⁷⁴ chinotaiwanés de origen y ampurdanés de nacimiento, que montó su primera empresa con 21 años y ahora, con 34, preside cuatro empresas de nuevas tecnologías de Internet y tiene a 160 empleados en tres continentes. Desde que en 2005 recibió el premio al mejor emprendedor tecnológico por la Universidad de Cambridge, no ha cesado de recibir galardones como el Premio al mejor empresario del año 2006 (AIJEC), a la mejor empresa TIC de Cataluña del año 2006, Premio Carlos Ferrer Salat 2007 al Empresario del futuro y Premio al mejor joven emprendedor creativo de Cataluña 2007, entre otros. Los arraigos locales, su nacimiento en Figueres, educación en la Universidad de Girona y la base de sus empresas en Cataluña, le convierten en el «Mejor gironí del año 2007» y en el mejor empresario joven catalán en diversas categorías, al mismo tiempo que el gobierno de Taiwan le distingue también con el «Premio al mejor emprendedor joven de ultramar» en el año 2007. Una de sus filiales se encuentra en China junto a otra en Buenos Aires, todo dirigido desde Girona.

Su historia ya ha sido contada en este trabajo a través de otros tes-

timonios y la etnografía aquí presentada, pero no está de más recordar algunos aspectos clave. Dídac Lee pertenece a una familia que llega en 1973 a España «sin nada»:

Con el tiempo crearon un negocio de referencia [un restaurante de comida china] y se han ganado la amistad y el respeto social de la ciudad [...] Mis padres me han enseñado que con trabajo, sacrificio y constancia todas las metas son posibles [...] El respeto hacia las otras personas, ser reflexivo, el honor y la ética

es lo que más valora de lo transmitido por su cultura familiar. Su iniciativa comenzó con un crédito de 18.000 euros pedidos al banco, que en secreto avaló su padre, y ahora factura más de cuatro millones de euros anuales.

Este joven emprendedor no es la primera persona de origen asiático que ha sido premiada por sus iniciativas empresariales en España. Por ejemplo, Yoshizumi Yamashita recibió el premio Joan Planas de 2004 que reconoce la tarea meritoria de un empresario caracterizado por su capacidad de riesgo económico personal en pro de su empresa, sobre la base de mantener los puestos de trabajo de la misma. No obstante, Dídac Lee representa el futuro de una nueva generación que ya está en marcha para la consolidación y expansión de las empresas familiares originales como resultado del apoyo familiar, los valores transmitidos y las prácticas y estrategias conocidas. Los sectores donde se insertan e innovan pueden, o no, estar relacionados directamente con la empresa original; lo más importante es el espíritu emprendedor, de trabajo independiente y autónomo, y la socialización recibida que se mantiene en sus aspectos básicos de generación a generación.

La herencia y la experiencia de la movilidad, la apertura, la flexibilidad, la adaptación, las redes, los contactos y, sobre todo la confianza, les convierten en emprendedores muy competitivos en la actual globalización. Con sus actividades económicas ya están contribuyendo desde hace mucho tiempo a la internacionalización de la economía española. Constituyen puentes y mediadores privilegiados para el acceso al mercado de los diferentes países de Asia en ambos sentidos. El reconocimiento de su posición privilegiada en este ámbito, mediante políticas activas de potenciación del papel que desempeñan podría dar lugar al establecimiento en España de nuevas centralidades o nodos clave de actividades

empresariales asiáticas para un ámbito europeo, mediterráneo y africano, además de, por supuesto, con Asia. Alemania ya cuenta con la base de los importadores más importantes de comida procedente de Asia, junto con el Reino Unido. Pero hay otros muchos sectores en los que todavía están por decidir dónde se asentarán nuevos centros de distribución y toma de decisiones.

Frente a la teoría de la triangulación (Soler, 2007; Beltrán, 2007b), que propone ir a América Latina para llegar a Asia o que Asia llegue a España a partir de América Latina, o postularnos en Asia como mediadores para llegar a América Latina o a Europa, estrategia que solo en contadas ocasiones ha demostrado su utilidad, sería mucho más fructífero, y barato, concentrar los esfuerzos en potenciar lo que ya existe, el empresariado de origen asiático presente en España que ya se encuentra directamente involucrado, y sin intermediarios, entrelazando las economías de ambos lados con sus actividades a pequeña escala.

Canarias o Baleares se podrían convertir en un nuevo Hong Kong o Singapur, para el Atlántico o para el Mediterráneo, igual que puertos como Valencia o Barcelona podrían arrancar cuotas de tráfico de mercancías procedentes de Asia a los puertos del norte de Europa y transformarse en una base central para la distribución de capital y mercancías asiáticas en África. Evidentemente esto requiere un fuerte apoyo institucional que debería comenzar con el reconocimiento y puesta en valor de dinámicas ya presentes y en funcionamiento a pequeña escala. Es necesario, para acometer este tipo de sinergias, la creación de nuevos mecanismos más flexibles de cooperación institucional entre las distintas comunidades autónomas con el objetivo de desarrollar estrategias que lejos de fomentar la competencia aúnen esfuerzos aportando cada comunidad aquello en lo que resulte más competitiva. Si la informalidad es una de las claves del éxito asiático, hay que ser atrevidos y apostar por fórmulas que la incluyan en vez de excluirla. El reconocimiento del capital simbólico de los empresarios asiáticos es un buen punto de partida.

Dado que la mayor parte del empresariado asiático se encuentra en fase de instauración y consolidación, y habiendo visto cómo se tiende a completar el ciclo empresarial, es previsible que a corto plazo haya una mayor visibilización del éxito económico de familias de origen asiático en la sociedad española. En este sentido, la segunda consideración que cabe tener en cuenta a la hora de elaborar políticas y que se desprende de este estudio del panorama del empresariado asiático en España, es la ne-

cesidad de una gran actividad pedagógica de reconocimiento de la contribución de los empresarios de origen asiático a la economía y de su inserción en la sociedad (su éxito siempre ha dependido de ello), para prevenir y evitar los brotes de xenofobia y racismo hacia el empresariado asiático que lamentablemente ya se han desencadenado con violencia, aunque de forma esporádica y puntual. La sospecha, el rechazo, la criminalización o victimización de los empresarios asiáticos y de sus prácticas y estrategias, resultado del miedo a la competencia que tiene su origen en el sistema capitalista, aunque se desvíe la atención hacia lo étnico, son avivados sistemáticamente por los medios de comunicación y algunos discursos políticos, sin importar las consecuencias que esto puede reportar en términos de segregación y exclusión, así como de creación de estados de opinión pública que fomentan la xenofobia y el racismo.

Los sucesos de Elche de septiembre de 2004, con un ataque violento que causó daños por incendio a empresarios chinos dedicados a la importación y venta al por mayor de calzado, aunque no se han repetido con la misma violencia explícita, sí se reproducen a menor escala. Por ejemplo, recientemente, en un pequeño pueblo de Cataluña corrió la voz entre los vecinos de que empresarios chinos iban a abrir una tienda multiprecio. El pueblo comenzó a manifestarse en contra de la apertura del negocio, llegando incluso a realizar pintadas y lanzar huevos contra la puerta del todavía no abierto negocio, al que acusaban de que acabaría con el pequeño comercio local. Finalmente, el día de la apertura estaba allí todo el pueblo comprando. Este tipo de situación se repite una y otra vez. En la década de 1970 la sospecha se cebaba en los sindhis de Canarias acusados de monopolio comercial y prácticas de explotación, cuando estaban contribuyendo en gran medida al dinamismo comercial de la región. En los años noventa los coreanos y los japoneses que comenzaron sus desinversiones fueron acusados de todos los males por la falta de competitividad de la economía española. En el nuevo siglo los empresarios chinos son sospechosos por invertir, lo mismo que los pakistaníes, pues el imaginario dominante no concibe que personas procedentes de países supuestamente «pobres» puedan llegar a desarrollar un espíritu empresarial.

Resulta ilustrativo el seguimiento del despliegue empresarial chino en su dispersión por las grandes ciudades que los medios de comunicación de masas relatan pormenorizadamente. Por ejemplo, a la concentración de trece comercios chinos de diversa índole en la Ronda de Capuchinos de Sevilla se le denomina en titulares la aparición de una *chinatown* en la

ciudad. El País Vasco acaba de cambiar las leyes de comercio con el objetivo fundamental de limitar el horario de las tiendas multiprecio chinas, mientras que la comunidad de Madrid, en sentido opuesto, ha liberalizado totalmente los horarios de apertura comercial, lo que beneficia especialmente a las grandes superficies comerciales. Las medidas son contradictorias y van desde el proteccionismo étnicamente motivado al *laissez-faire* del interés del gran capital. Los empresarios asiáticos no constituyen ningún *lobby* y se encuentran sometidos a los vaivenes políticos. Por todo ello, es urgente y necesaria la revisión a fondo del trato y consideración del empresariado asiático por la sociedad española, pues constituyen un activo muy importante para la dinamización y creación de riqueza del país, para la internacionalización de la economía española y para la globalización de la local.

Para concluir, «el asombro con cuanto se emprende», mencionado en el proverbio que daba entrada a estas últimas reflexiones, afecta a todo el mundo que contempla al empresariado de origen asiático en su hacer cotidiano. La competencia es real porque forma parte del sistema capitalista en el cual nos desenvolvemos y al cual responden todos los empresarios sea cual sea su origen étnico. Si previamente hemos apuntado posibles salidas para transformar «el asombro» en un activo a escala transnacional y nacional de sinergias que aprovechen las posibilidades abiertas, también a escala local se pueden poner en marcha. De hecho, y de una forma espontánea, el desarrollo más reciente es la aparición de empresas conjuntas entre personas de origen asiático y autóctonos, cada uno de los cuales pone en juego su mejores cartas con el objetivo de que todos ganen. El apoyo institucional para potenciar estas sinergias, junto con la divulgación de las mismas, constituye un camino para superar los prejuicios que redundará en beneficio de toda la sociedad, donde la diversidad cultural es ya un hecho y un activo más para tener en consideración en la cuenta final de resultados.

Notas

1. Véase, por ejemplo, Cachón (2005, 2006) y Betrisey (2007) para dos casos diferentes del colectivo chino. Un trabajo pionero sobre el conflicto con asiáticos se encuentra en Murcia (1974).

2. Véase Beltrán (2004, 2006a, 2007a, 2007b, 2008a) que ha abordado diferentes aspectos del transnacionalismo y la globalización en relación con las comunidades asiáticas en España.

3. Véase Light (2001, 2005); Light, Min y Kim (2002); Beltrán (2008b).

4. La descripción metodológica del caso de Canarias ha sido realizada por Ana María López Sala.

5. Las dos comunidades más numerosas son alemanes y británicos, instalados fundamentalmente en las islas capitalinas y en Lanzarote y Fuerteventura.

6. Para este diagnóstico general se emplearán los datos por nacionalidad. Sin embargo, el tamaño de la comunidad varía enormemente según se empleen fuentes distintas. Por ejemplo, a mediados de los años noventa las cifras sobre indios de la Encuesta de Migraciones (1996) era incluso más pequeña que las cifras de tarjeta de residencia que ofrecemos en este informe. En 2007, sin embargo, los datos consulares elevan el tamaño de la comunidad en el archipiélago a 10.000 personas, mientras que los padrones y las fuentes de permisos no superan las 4.500. Gran parte de esta disparidad se debe a la distinta composición de la comunidad india en términos de ciudadanía formal precisamente por su profundo carácter transnacional.

7. El uso de esta última fuente, frente a las empleadas previamente, explica la disparidad de las cifras presentadas.

8. Esta leve masculinización ha sido una pauta constante en la última década. Se observaba ya, por ejemplo, en la Encuesta de Migraciones de Canarias de 1996.

9. La zona franca en el Puerto de La Luz podría constituir un factor que haya propiciado el establecimiento chino en la ciudad de Las Palmas, en tanto

plataforma de desarrollo y conexión para el comercio entre África, Europa y América Latina. Este elemento tiene menor peso en el caso de la comunidad india, con una mayor tradición de establecimiento y redes de suministro y de colaboración más arraigadas.

10. Un edificio emblemático en la historia de la comunidad india en la capital santacrucera es el conocido popularmente como «El Rascacielos de Santa Cruz», el edificio más alto de la ciudad hasta la construcción de Las Torres a principios de esta década y en donde ha residido tradicionalmente un buen número de ciudadanos de esta comunidad asiática. Localizado en El Cabo-Los Llanos, se trata de un edificio de enormes dimensiones que tuvo una situación periférica en las inmediaciones de una de las zonas más degradadas de la ciudad, pero que ha adquirido una posición central tras el proceso de remodelación y de «gentrificación» de la zona y la avenida del Tres de Mayo.

11. Si bien las estadísticas laborales japonesas denotan un descenso de la tasa de desempleo durante el período 2002-2004, el análisis realizado por Itoh (2006) nos sugiere que, en un contexto marcado por las políticas neoliberales, dicho descenso no fue acompañado por un aumento del empleo de calidad (protecciones laborales y sociales). Por el contrario, la calidad del empleo se ha ido deteriorando teniendo en cuenta el aumento de la temporalidad, parcialidad y bajos salarios que caracterizan a todo ese período (Sassen, 1991).

12. Según los indicadores estadísticos del *Anuario Asia-Pacífico* (2006), en Bangladesh el 50% de la población vive por debajo de la línea de la pobreza, en India aproximadamente el 30% y en Pakistán el 33%. Los datos del Índice de Desarrollo Humano (nivel de ingreso, salud y nivel educativo) para el año 2004 ubican a Bangladesh, Pakistán e India en los puestos más bajos del ranking del IDH, 137, 134 y 126 respectivamente.

13. Al igual que con la distribución por sexo, los registros del empadronamiento tampoco nos permiten conocer el lugar de residencia de la población taiwanesa en la ciudad de Madrid.

14. La historia de la llegada y el establecimiento de europeos y de poblaciones moriscas ha sido bien estudiada por los historiadores canarios (véase Fajardo, 2005, 2008; Anaya, 2008a, 2008b).

15. El trabajo de Fajardo sobre la instalación de europeos muestra que los flujos estuvieron protagonizados en su mayor parte por hombres. Solo en el caso de algunas nacionalidades las mujeres llegaron posteriormente. Esto explica la alta incidencia de matrimonios mixtos entre extranjeros y mujeres autóctonas. La exogamia matrimonial fue, sin embargo, más elevada en el caso de ciertas procedencias, como los portugueses y menor en otros grupos, como británicos e irlandeses.

16. La especialización económica internacional del archipiélago y su localización geográfica, junto a su condición insular, han desempeñado un papel

determinante en los patrones migratorios de esta región (véase Godenau y Arteaga, 2007).

17. Este dinamismo se basó en tres aspectos: una economía de servicios al tráfico internacional debido a su ubicación en el escenario atlántico, una economía de enclave para abastecer a los barcos que fueron a descubrir las fuentes del oro africano y, en último lugar, su condición de almacén de bienes y servicios para el continente americano (Macías, 2008). En definitiva, el dinamismo económico de las islas se basó en una actividad productiva y comercial de productos agropecuarios y de servicios que vinculaba Europa con América y el continente africano.

18. Otros se instalaron en Canarias después de probar suerte en América. Es el caso del empresario libanés Ahmed Mohamed Wehbe, ya fallecido y conocido popularmente como «Don Amado», que se estableció en Tenerife en los años treinta después de dedicarse al comercio en Cuba durante media década. Empezó como vendedor ambulante en los difíciles años de posguerra y abrió posteriormente con sus hijos la primera tienda Wehbe en la zona comercial de la ciudad de La Laguna, en la calle Herradores. En 1973 fundó con sus hijos la sociedad familiar que supuso el desarrollo de Wehbe y que posteriormente dio lugar a la famosa red de tiendas.

19. Los datos consulares hablan de 1.500 personas, mientras que algunos informantes de la propia comunidad indican que el volumen actual en el conjunto del archipiélago asciende a las 1.200 personas. Como hemos visto en capítulos anteriores, los datos por nacionalidad obtenidos tanto de las tarjetas de residencia como de las actualizaciones del padrón son aún inferiores. Sin embargo, sabemos que en el caso de las segundas y terceras generaciones se infraestima el tamaño de la comunidad si solo nos detenemos en la nacionalidad.

20. El pasado mes de junio se inauguró una estatua para conmemorar los más de cuarenta años de presencia de la comunidad coreana en la ciudad de Las Palmas: «El cónsul general de Corea en Canarias, Sim Duck Bo, el presidente de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, Javier Sánchez-Simón, el alcalde de Las Palmas de Gran Canaria, Jerónimo Saavedra y el presidente de la comunidad coreana en Canarias, Kim Hack Roul, descubrieron un monolito en homenaje a los marinos de Corea y a su comunidad por su presencia en la ciudad desde 1966» (*El Independiente de Canarias*, 23 de junio de 2008).

21. De hecho se ha establecido contacto y se ha obtenido información a través del correo electrónico con los hijos de algunos inmigrantes coreanos que se criaron en Canarias, pero que hoy residen en Hong Kong, Nueva York o Londres. Muchos de los padres compaginan su residencia en Canarias con períodos de residencia en el exterior para realizar negocios y visitar familiares.

22. Véase «Agradecidos a Corea» (*La Provincia*, Diario de Las Palmas, 23 de junio de 2008).

23. La excepcionalidad fiscal y económica canaria ha sido el resultado de factores de índole geográfica, social y económica que hicieron conveniente un especial tratamiento. En 1852, por ejemplo, se constituyeron los puertos francos y se estableció el régimen de franquicias arancelarias. La Ley de puertos francos se extendió al conjunto del archipiélago en 1900. Estas singularidades, tanto en su reconocimiento normativo, como en su aplicación real, originaron lo que se denomina Régimen Económico y Fiscal (REF) de Canarias que incorpora una vertiente puramente económica, caracterizada históricamente por el denominado principio de libertad comercial y de exclusión de monopolios estatales, y otra, de carácter fiscal, caracterizada por el denominado principio de franquicia fiscal y por la existencia de un sistema de financiación especial de las haciendas canarias. El régimen de libertad comercial basado en las franquicias al consumo, menor presión fiscal indirecta y la falta de monopolios estatales resume este régimen histórico consolidándose en el REF, cuyo fundamento estaba encaminado a promover el desarrollo económico y social. Las modificaciones que experimentó este régimen con la entrada en la Unión Europea (Ley 20/1991 y 19/1994) incorporó un bloque de incentivos fiscales y económicos orientados a generar decisiones inversoras y responder socialmente a la modernización del aparato productivo comercial (Orozco, 1997).

24. Se trató, según fuentes consulares, de la familia Chellaram, una información que también ha sido mencionada por el antropólogo Néstor Verona. Esta familia instaló su primer negocio, Casa Chellaram, en la calle Triana de Las Palmas de Gran Canaria. Los primeros negocios en la capital santacruzera se localizaban en la calle Castillo y las proximidades de la plaza de la Candelaria.

25. Véase López Sala (2007). En la actualidad se está preparando otro artículo más amplio en donde se profundizará sobre el tema al hilo del estudio de las comunidades empresariales de origen asiático en el archipiélago canario.

26. Algunos de los entrevistados resumen este «rasgo» de la comunidad a través de la frase «nacidos para dedicarse a los negocios». Esta expresión se repite particularmente entre los empresarios de más edad.

27. En los primeros años de esta década se produjeron algunas manifestaciones organizadas por las asociaciones de vecinos que se oponían a la instalación de negocios regentados por chinos.

28. Propiedad de algunas de las familias sindhis más antiguas del archipiélago, como los Chanrai.

29. Este es un fenómeno muy frecuente en las islas Canarias. La extensión municipal se suele extender desde las zonas centrales de las islas hacia la costa y es frecuente que los núcleos históricos y originarios se localizaran en el interior, mientras que con el desarrollo turístico han crecido enormemente las entidades de población de la costa a partir, en muchos casos, de pequeños asentamientos de pescadores.

30. Esta actividad comercial se ha basado especialmente en el pequeño comercio y en la importación y exportación de mercancías de diversa naturaleza; algo que también ha sido indicado por algunos de nuestros informantes en el trabajo de campo ya que, en su opinión, se trata de un tipo de actividad que conocen y en la que se sienten cómodos.

31. Según informes consulares y algunas de las entrevistas realizadas, el número de personas de origen indio residentes en el archipiélago asciende a 8.500, de las cuales aproximadamente 2.000 tienen nacionalidad española. Estas mismas fuentes indican que hasta finales de los años noventa el 99% de los residentes de nacionalidad india en Canarias era sindhi. Hoy existe una comunidad india de no más de 300 personas procedentes de otros lugares de India (Bombay, Punjab y algunas de las regiones del sur del país) que no son sindhis.

32. No podemos detenernos en este capítulo en la revisión teórica en torno al concepto y el enfoque del transnacionalismo. Este ha conformado una de las perspectivas o paradigmas que sostienen algunos de los teóricos más influyentes y fértiles de la sociología y la antropología de las migraciones desde mediados de los años noventa. Este debate se abordará en el capítulo que sobre la comunidad india en Canarias que se publicará en el libro *Asiáticos en el Mediterráneo* que publicará próximamente la Fundación CIDOB.

33. En la última década del siglo XIX también se crearon algunas de las primeras tiendas que ofrecían productos de lujo como la joyería Choitram en la avenida del Generalísimo en el Puerto de la Cruz. Aún hoy se puede leer en el escaparate de esta lujosa tienda la siguiente inscripción que hace referencia a la primera empresa creada por este comerciante antes de establecerse, en la siguiente década, en Canarias: «En nombre de su excelencia el sultán de Zanzíbar. Bheroomal Chiotram, fundada en 1880».

34. Varias toneladas anuales de seda. Este negocio estaba en manos de algunas compañías de importación propiedad de sindhis que vendían a los distintos establecimientos indios.

35. Este proceso aumentó de nuevo en los años cincuenta y sesenta con las crisis del canal de Suez.

36. El informe sobre las diásporas en el exterior menciona precisamente el establecimiento de sindhis procedentes de India, África, Japón y otros países del Sureste Asiático en Las Palmas y Tenerife, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial y posteriormente en los años cincuenta y sesenta. «Los comerciantes sindhis prosperaron en los puertos francos de las islas Canarias tras las restricciones en la importación y el comercio exterior que sufrió España tras la Segunda Guerra Mundial. Desarrollaron un floreciente comercio con el norte de África y también establecieron empresas comerciales y comercios al por menor en Ceuta y Melilla y otros puertos del norte de África declarados puertos francos, dirigidos a suministrar bienes al sector turístico y a los europeos. A mitad de los

años setenta el número de empresas en Ceuta y Melilla ascendía a 200. Con la liberalización de la importación en los ochenta, muchos de los negocios se han trasladado a Barcelona y Málaga» (*Indian Diaspora. Report of the High Level Committee*, 2002, capítulo 11, p. 22).

37. «En la mayoría de los casos las familias no venían directamente a Canarias desde Asia [...] En la mayoría de los casos se prolongaba la estancia en otros lugares. Esto era debido a que estaban más consolidados los canales comerciales en esas zonas que en Canarias y en muchas ocasiones los distintos miembros de la familia tenían la posibilidad de trabajar en algún comercio o empresa de algún miembro o conocido del grupo *sindhi* de origen» (Dávila, 2001: 16).

38. I. Barrón, «Multimillonario de Bazar. La fortuna de un emigrante indio», *El País*, 26 de junio de 2005.

39. Así llegó, por ejemplo, Ram Bhavnani a Tenerife para regentar Casa Kishoo, procedente de Hong Kong, después de trabajar en otro comercio textil durante cuatro años (véase Barrón, *El País*, 26 de junio de 2005).

40. Muchos de los entrevistados indican que el aprendizaje de la dinámica de los negocios se debe basar en la práctica y en la experiencia, por lo que, tradicionalmente, no ha sido muy valorada la educación formal. En el caso de los más jóvenes, la formación ha estado muy enfocada a los negocios, de ahí la elevada proporción de los que tienen titulaciones vinculadas a la economía y las finanzas. A pesar de la profesionalización y de la mejora del nivel de estudios medio de la población española, esta mentalidad permanece en una parte de la comunidad, de ahí que se valoren especialmente títulos cortos de perfil profesional.

41. Esta «filosofía», que incluye precisamente aceptar pérdidas y fracasos parciales, pero no perder los objetivos generales a largo plazo, ha hecho popular al empresario hindú Ram Bhavnani en muchos manuales de inversión en Bolsa.

42. Es el caso de la Asociación Hindú Tenerife Sur, una de las asociaciones más influyentes de la comunidad que tiene excelentes relaciones con el ayuntamiento de Adeje. Adeje ha sido además el municipio donde se desarrolló la primera Feria Hindú Intercultural en abril de 2008, coincidiendo con la Cheti Chand Mela, la celebración de su año nuevo.

43. Esta reestructuración implicó la destrucción de la norma social que definía el empleo bajo las posturas keynesianas, centradas en empleos indefinidos a tiempo completo, con continuas mejoras salariales mediante las negociaciones sindicales, garantizando las prestaciones sanitarias, educativas y de protección sociolaboral para dar paso a las políticas de desregularización del mercado de trabajo español bajo las premisas de la flexibilidad situando bajo la vulnerabilidad a segmentos cada vez mayores de la sociedad (Lahera, 2005).

44. En la comunidad de Madrid una serie de estudios provenientes de la geografía se han encargado de especificar y cuantificar algunas de las actividades desarrolladas por los trabajadores a cuenta propia inmigrantes (Ballesteros y

Sanz, 2004; Ballesteros, 2006; Buckley Iglesias, 1998; Cebrián y Bodega, 2002). Si bien algunos de estos trabajos se sustentan a través de limitantes supuestos teóricos-metodológicos (individualismo metodológico) que opacan las dinámicas sociales del «espacio» haciendo reaparecer las denominaciones estigmatizadas de «área natural», «enclave» y una visión cosificante del inmigrante al acentuar sus rasgos «etnonacionales» en las «actitudes emprendedoras» rescatamos, entre sus valiosas aportaciones, los aspectos más descriptivos de la actividad empresarial de los extranjeros en el contexto madrileño.

45. Según Ballesteros (2006) la población china, en la comunidad de Madrid, posee la mayor proporción de inmigrantes autónomos o por cuenta propia (4.487 personas).

46. Estas tendencias siguen los patrones generales que se establecen al analizar la distribución del total de trabajadores extranjeros según categorías del régimen general, tal como lo presenta Miguel Pajares (2007). Allí se aprecia que del total de la población china en el régimen general, el 0,9% son ingenieros y licenciados, el 0,2% ingenieros técnicos y peritos, el 0,7% jefes administrativos y de taller, el 1,8% ayudantes no titulados, el 5% oficiales administrativos, el 4,3% subalternos, el 6,5% auxiliares administrativos, el 25,8% oficiales de 1ª y 2ª, el 28,5% oficiales de 3ª y especialistas y el 26,2% peones y asimilados.

47. La imposibilidad de acceder a los registros que cuantifiquen el total de las empresas asiáticas en Madrid (Impuesto IAE, Seguridad Social, datos de los consulados, embajadas, etc.), nos llevó a establecer un acercamiento a nuestro objeto de estudio a través de las fuentes disponibles hasta el momento.

48. Las inversiones de capital de origen asiático a escala mundial, proveniente de Japón, Taiwan, Corea del Sur, Singapur, Hong Kong, data desde los años sesenta y se incrementa en las décadas posteriores en países como Estados Unidos y en menor medida en países europeos (Reino Unido, Alemania, Francia, España) hasta la conformación de la Unión Europea (Hart-Landsberg y Burkett, 2006).

49. Un conjunto de empresas japonesas dedicadas al sector de la producción automovilística destacan como problemático lo que consideran «el espinoso rasgo del sector manufacturero en España», es decir, las disputas laborales, el alto coste de los despidos, la hasta entonces inflexibilidad del mercado laboral y también el alto coste laboral (Ruesga y Tokado, 1996).

50. Ruesga y Tokado (1996) también destacan como una de las principales demandas de estos empresarios las demoras en la obtención de los visados para los «trabajadores de élite». Una demora que casi siempre es contrapuesta a la «rapidez» de las leyes migratorias japonesas para otorgar «los papeles» a los extranjeros que poseen una alta cualificación y son trabajadores de grandes empresas.

51. Si bien esta fiesta comenzó siendo una celebración privada y de carácter familiar en el restaurante de un empresario japonés, desde hace unos años es pre-

sentada como una de las festividades «típicas» de los japoneses con una importante afluencia de público español.

52. Por ejemplo, en el año 2004 se registró en la comunidad de Madrid un total de 1.379 comercios mayoristas y unos 8.025 minoristas con 9.041 y 21.746 empleados respectivamente (Acotex, 2004). En este sentido, un gran número de mayoristas de origen español, instalados en Madrid dependen de las mercancías que venden los comercios de importación-exportación.

53. Como bien establece Sassen (1991), la expansión de una población consumidora de bajos recursos en las grandes ciudades ha contribuido a la proliferación de estos pequeños comercios de proximidad donde el bajo coste de la mano de obra es crucial e intensifica la probabilidad de una alta concentración de empleos de bajos salarios.

54. Esto también se presenta en el caso de dueños de restaurantes españoles que ofrecen comida asiática de lujo, especialmente japonesa o tailandesa.

55. Trabajar como autónomo no se convierte en todos los casos en una vía rápida para poder «obtener papeles». M.^a Luisa Trinidad García (2003) pone en evidencia que los criterios para conceder las autorizaciones que permiten acceder y trabajar como autónomo a los trabajadores procedentes de países «no comunitarios» se han endurecido desde la creación del Espacio Schengen. Bajo un minucioso análisis de los distintos reglamentos destaca un trato diferencial hacia los extranjeros provenientes de países de la Unión Europea y hacia los extranjeros en cuyos países se establecen acuerdos de cooperación y asociación (países de Europa Central y Oriental, Chile, Perú y Uruguay) con España.

56. Los esbozos biográficos personales y colectivos de esta sección provienen de la información facilitada por los y las informantes y recogen la experiencia de aquellas personas y familias vinculadas al mundo empresarial.

57. Para el caso de los estudiantes véase Beltrán y Sáiz (2003).

58. En una cita anterior de una restauradora se explica esta estrategia laboral que utilizaron su padre y tío para mantener abierto su propio restaurante y tienda de muebles simultáneamente. No es el único caso recogido durante el trabajo de campo.

59. De un total de 50 casos contemplados en la muestra, 14 han seguido el camino del trabajo asalariado, de los cuales 11 tienen o han tenido negocios similares a los que aprendieron mientras trabajaron por cuenta ajena.

60. «La empresa asiática utiliza, igual que la autóctona, y aunque aparentemente se encuentre al margen de las regulaciones sindicales, la escala salarial que va de menos a más con el paso del tiempo: “trabajo en prácticas”, “aprendiz”, “peón”, “peón de primera”, “técnico especializado”, etcétera. Las exigencias y reivindicaciones salariales de los empleados ante sus empleadores ponen de manifiesto que los trabajadores son conscientes del valor de su fuerza de trabajo y esperan recibir una compensación digna de acuerdo con sus expectativas y contex-

to, y en caso de no recibirla abandonan su trabajo en busca de una mejor recompensa, y si pueden tratan de iniciar una aventura empresarial propia» (Beltrán, 2007a: 23).

61. Esta perspectiva tiene la virtud añadida de romper con el nacionalismo metodológico y la sectorización empresarial.

62. De los 50 casos que aquí contemplamos, 35 empresas pertenecen a esta categoría, 12 de ellas familiares.

63. En otro trabajo anterior (Beltrán, 2007a) se afronta la toma de decisión desde la perspectiva del componente transnacional relativo a esta fase inicial de la empresa.

64. Diez casos del total de la muestra.

65. «De fábricas españolas. Muchísimos. Las muñecas Famosa, pues las muñecas Famosa y muchísimo producto hecho en España en aquel entonces. Que también hay que decirlo, por ejemplo, había unas cuantas empresas, que yo las citaré para que sepa de qué va la cosa, La Vanguard, no sé si la recordará, Lavis, Inter, Ingra, eran todas empresas españolas que fabricaban sus productos aquí. Que salían carísimos, todo hay que decirlo, pero en ese momento no se daba importancia al valor. La gente quería, nos las quitaban de las manos, y eso que era un género, todo hay que decirlo, pésimo. Porque me acuerdo que incluso género nuevo salía defectuoso. Incluso una incidencia, le pregunté a uno “Oye, ¿por qué de nuevo sale malo?”, le dije al jefe comercial de ventas. “Es que a veces lo hacemos así para que los chicos del servicio técnico también trabajen un poco”» (Lani).

66. «Como hay mucha competencia entre restaurantes chinos, entonces yo pienso: yo siempre he sido un chino diferente, el restaurante no está en buen sitio [...] Llega un momento en que dices, todos los chinos con menús o con bufetes libres. Tú siete euros, yo seis y medio; tú seis y medio, yo seis [...] Entonces ya llega un momento, hace cuatro años, en 2003, que digo vamos a reducir la clientela. Menús fuera, una cena más o menos a 25 euros por persona, y solo trabajamos los miércoles, jueves, viernes, sábados y domingos y a ver qué pasa. Con el sistema en la cocina, entraba un pollo entero y lo separábamos todo, llega una ternera y la separamos toda, sacos de harinas de 25 kilos y lo preparamos aquí. Comida casera bien preparada aquí, y a ver qué pasa. Puedo hacer este paso porque no debo dinero al banco. Y creo que he acertado. Ahora trabajamos más que antes, tenemos más días de fiesta, nos tiramos tres semanas y media trabajando de cara al público y tres semanas y media preparando las cosas. Antes no, antes era mediodía menús para empresa, mucho estrés» (Wang).

67. Representados por cinco casos de la muestra de este estudio

68. La contribución de las esposas también es monetaria, bien sea porque cuenta con patrimonio familiar o porque el dinero proviene de la dote.

69. Aspectos afines al empresariado sea cual sea su origen o su sector de

actividad. En este trabajo exponemos el modo en que los combinan y los llevan a la práctica los y las empresarias de origen asiático.

70. Afortunadamente parece que el uso del término —tan ajeno y contrario a la tradición occidental de defender y propagar el respeto a los derechos humanos— de «persona ilegal» aplicada a los migrantes, va remitiendo.

71. Tampoco hay que olvidar el efecto que tiene en las decisiones de movilidad (geográfica y comercial) del empresariado asiático las ordenanzas municipales mediante la regulación de usos y servicios de la ciudad, la voluntad o no de las inmobiliarias de alquilarles locales y almacenes, etcétera

72. El caso más paradigmático en este sentido es el de Bhaunani, que aun teniendo un capital capaz de ser accionista de los bancos nacionales más poderosos, continúa trabajando en su tienda en Canarias.

73. El ejemplo que mejor lo ilustra es la reducción de clientela de los restaurantes de comida china ante noticias de prensa que estigmatizan a este colectivo.

74. En el portal «Didac Lee. Blog personal y transferible» (URL: <http://www.didaclee.com/es/>) se encuentra toda la información aquí reseñada.

Bibliografía

- Abu-Tarbush, J. (2001), «The presence of Islam in the Canaries. A historical overview», *Journal of Muslim Minority Affairs*, vol. 21, nº 1, pp. 79-92.
- (2002), *Islam y comunidad islámica en Canarias: prejuicios y realidades*, Universidad de La Laguna, La Laguna.
- Acotex (2004), *El comercio textil en cifras*, Grupo UDN, Comunidad de Madrid.
- American Center for International Labor Solidarity (2003), *Justice for all United States*, ACILS.
- Anaya, A. (2008a), «Los moriscos de Canarias: de los intentos de expulsión a la integración», en A. Bethencourt Massieu, ed., *Lecturas de Historia de Canarias*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria, pp. 87-108.
- (2008b), «No tan de espaldas. Las relaciones de Canarias con el noroeste de África en la Edad Moderna», ponencia presentada en el Seminario Internacional *Migraciones Internacionales e integración cultural en espacios insulares. Una perspectiva histórica*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria, junio de 2008.
- Anuario Asia-Pacífico* (2006), Fundación CIDOB, Barcelona.
- Arango, J. (2006), «Europa y la inmigración: una relación difícil», en C. Blanco, ed., *Migraciones, nuevas moviidades en un mundo en movimiento*, Anthropos, Barcelona, pp. 91-111.
- Bal, G. (1998), «Communities and culture in entrepreneurship development in India», *Journal of Entrepreneurship*, vol. 7, nº 2, pp. 171-182.
- Ballesteros García, A. (2006), *Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid*, Consejería de Economía e Innovación tecnológica, Madrid.
- Ballesteros García, A. y A. Sanz Berzal (2004), *Inmigración y sistema productivo en la Comunidad de Madrid*, Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Madrid.
- Barrón, I. (2005), «Multimillonario de bazar. La fortuna de un emigrante indio», *El País*, 26 de junio de 2005.

- Beltrán Antolín, Joaquín (1998), «The Chinese in Spain», en Benton Gregor y Frank Pieke, eds., *The Chinese in Europe*, Macmillan Press, Londres, pp. 211-237.
- (2000), «La empresa familiar. Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino», *Ofrim/Suplementos*, nº 6, pp. 129-153.
 - (2004a), «Las comunidades chinas en España y sus actividades económicas», *Economía Exterior*, nº 30, pp. 153-160.
 - (2004b), «Remesas y redes familiares desde China a España», en A. Escrivá y N. Ribas, eds., *Migración y desarrollo. Estudios sobre remesas y otras prácticas transnacionales en España*, CSIC, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, Córdoba, pp. 285-312.
 - (2003a), *Los ocho inmortales cruzan el mar. Chinos en Extremo Occidente*, Edicions Bellaterra, Barcelona.
 - (2003b), «Diáspora y comunidades asiáticas en España», *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, vol. 7, nº 134. www.ub.es/geocrit/sn/sn-134.htm.
 - (2003c), «Transnacionalismo y diásporas asiáticas», en Seán Golden, ed., *Multilateralismo versus unilateralismo en Asia: el peso internacional de los «valores asiáticos»*, Fundación CIDOB, Barcelona, pp. 221-244.
 - (2005), «The seeds of Chinatown. Chinese entrepreneurship in Spain», en E. Spaan, F. Hillmann y T. Van Naersen, eds., *Asian migrants on the European labour markets*, Routledge, Londres, pp. 285-308.
 - (2006a), «Los nodos de las diásporas de Asia Oriental en España», en Joaquín Beltrán, ed., *Las diásporas de Asia Oriental en Europa Occidental*, Documentos CIDOB-Asia, nº 13, pp. 101-124.
 - (2006b), «El empresariado como modo de vida. El caso de los inmigrantes chinos», en Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas, eds., *Empresariado étnico en España*, Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, pp. 231-248.
 - (2007a), «El transnacionalismo en el empresariado asiático de España», *Revista CIDOB d' Afers Internacionals*, nº 78, pp. 13-32.
 - (2007b), «Asian transnationalism in West Europe. A border approach», comunicación presentada al *Global Human Resources Forum 2007*, organizado por el Ministry of Education and Human Resources Development, Seúl, 24 de octubre de 2007. http://www.ghrforum.org/ghr_forum_2007/sub_03.php?m=03.
 - (2008a), «Transnacionalismo asiático. Globalización e internacionalización de la economía española», comunicación presentada al Simposio internacional *Nuevos retos del transnacionalismo en el estudio de las migraciones*, organizado por GEDIME- UAB, Bellaterra.
 - (2008b), «Las comunidades asiáticas y la internacionalización de la economía española», *Global Asia*, nº 2, pp. 20-23.

- Beltrán Antolín, Joaquín y Amelia Sáiz López (2002), *Comunidades asiáticas en España*, Documentos CIDOB, Relaciones España-Asia, nº 3.
- (2003a), «Treballadors i empresaris xinesos a Catalunya», ponencias IV Congrés Català de Sociologia, Associació Catalana de Sociologia, Reus.
 - (2003b), *Estudiantes asiáticos en Cataluña. La internacionalización de la educación superior*, Documentos CIDOB, Asia, nº 4, noviembre de 2003.
 - (2005), «La inserción social y económica de las comunidades asiáticas en España», *Anuario Asia-Pacífico 2004*, Casa Asia, Fundación CIDOB, Real Instituto Elcano, Barcelona, pp. 361-370.
 - (2007a), «Nouvelles circulations, activités économiques et présence asiatique dans les villes espagnoles», en Isabelle Berry-Chikhaoui, Agnès Deboulet y Laurence Roulleau-Berger, dirs., *Villes internationales: Entre tensions et réactions des habitants*, La Découverte, París, pp. 263-277.
 - (2007b), «Diàspora japonesa a Catalunya», *Dcidob*, nº 101, pp. 39-43.
 - (2008), «La comunidad pakistaní en España», *Anuario Asia-Pacífico 2007*, Casa Asia, Fundación CIDOB, Real Instituto Elcano, Barcelona, pp. 207-216
- Beltrán Antolín, Joaquín, Laura Oso y Natalia Ribas (2006), «Un campo de estudio para el empresariado étnico en España», en Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas, eds., *Empresariado étnico en España*, Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales/Fundación CIDOB, Madrid, pp. 13-40.
- Betrisey Nadali, Débora (2007), «Migración, comercio chino y “etnicidad”, *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, nº 78, pp. 77-95.
- (en prensa), «Los “estudios de casos” en el análisis de los procesos migratorios», en Kumar Acharya Arum y María Elena Jarquín Sánchez, eds., *Metodología para la investigación de la Migración*, Plaza y Valdés, México.
- Bonacich, Edna (1973), «A theory of middlemen minorities», *American Sociological Review*, nº 38, pp. 585-594.
- Buckley Iglesias, Mónica (1998), «Inmigración y comercio en Madrid. “Nuevos negocios para nuevas gentes”», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 118, pp. 283-297.
- Cachón Rodríguez, Lorenzo (2005), *Bases sociales de los sucesos de Elche de septiembre de 2004. Crisis industrial, inmigración y xenofobia*, Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- (2006), «Intereses contrapuestos y racismo: El incendio de los almacenes chinos en Elche», *Circunstancia*, nº 10, pp. 1-19.
- Castells, Manuel (1981), *Crisis urbana y cambio social*, Siglo XXI, Madrid.
- Castillo, Juan José (1998), *A la búsqueda del trabajo perdido*, Tecnos, Madrid.
- (2004), *Los estragos de la subcontratación: la organización del trabajo como riesgo laboral*, UGT, Madrid.

- Cavalcanti, Leonardo (2008), «Negocios étnicos: importación y repercusiones de una categoría», en Enrique Santamaría, ed., *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, Anthropos, Barcelona, pp. 217-235.
- Cebrián, Juan Antonio y Miguel Bodega (2002), «El negocio étnico, nueva fórmula de comercio en el casco antiguo de Madrid. El caso de Lavapiés», *Estudios Geográficos*, nº 248-249, pp. 559-580.
- Checa, Juan Carlos y Ángeles Arjona Garrido, (2006), «Economía étnica: teorías, conceptos y nuevos avances», *Revista Internacional de Sociología*, nº 45, pp. 117-143.
- Colectivo IOE (1999), *Inmigración y trabajo en España. Trabajadores inmigrantes en el sector de la hostelería*, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- (2001), *Mujer, inmigración y trabajo*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, IMSERSO, Madrid.
- Da Silva Bichara, Julimar (2004), «Desinversión y empleo industrial. Una nota sobre la evolución reciente en España», *Revista A gusto Plató laboral*, vol. 2, nº 16, junio-julio de 2004, pp. 3-6.
- Dávila, H. (2001), «Acerca de los indocanarios», *Disenso. Revista Canaria de análisis y opinión*, nº 32, pp. 15-18.
- Díaz, A. y Y. Kawamura (1994), *La cultura empresarial japonesa en España*, Civitas, Madrid.
- Domínguez Mújica, J. (2006), «La inmigración extranjera en Canarias en el cambio de siglo», *Estudios Geográficos*, vol. 67, nº 261, pp. 471-494.
- Fajardo, F. (2005), «Al margen de la ortodoxia, las comunidades no católicas en las Canarias modernas», en A. Bethencourt Massieu, ed., *Canarias hacia una nueva historia*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria.
- (2008), «Inmigración e integración en Canarias durante la Edad Moderna», ponencia presentada en el Seminario Internacional *Migraciones Internacionales e integración cultural en espacios insulares. Una perspectiva histórica*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria, junio de 2008.
- Falzon, M. (2001), «Origins and establishment of the Indian business community in Malta», *Bank of Valletta Review*, nº 24, pp. 73-92.
- Glasser, Barney y Anselm Strauss (1967), *The Discovery of Grounded Theory*, Aldine, Nueva York.
- Glazer, N. y D. Moynihan (1963), *Beyond the Melting Pot*, MIT Press, Cambridge.
- Glick Schiller, Nina y Peggy Levitt (2006), «Haven't we heard this somewhere before? A substantive view of transnational migration studies by way of a reply to Waldinger and Fitzgerald», *WP 06-01*, Center for Migration and Development, Princeton University.

- Glick Schiller, Nina, Linda Basch y Cristina Szanton Blanc (1995), «From immigrant to transmigrant: Theorizing transnational migration», *Anthropological Quarterly*, vol. 68, n° 1, pp. 48-63.
- Gobierno de India (2002), *The Indian Diaspora. Report of the High Level Committee on the Indian Diaspora*, Nueva Delhi.
- Godenau, D. y S. Arteaga (2007), «Migraciones e insularidad: el caso de Canarias, 1480-2000», en A. Macías Hernández, ed., *Economía e insularidad (siglos XIV-XX)*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, La Laguna, pp. 113-148.
- Guarnizo, Luis E. (1999), «El desarrollo de las formaciones sociales transnacionales: respuestas de los estados mexicano y dominicano a la emigración transnacional», en F. J. García Selgas y J. B. Monleón, eds., *Retos de la postmodernidad. Ciencias sociales y humanas*, Trotta, Madrid, pp. 91-123.
- (2003), «The economics of transnational living», *International Migration Review*, vol. 37, n° 3, pp. 666-699 [«Aspectos económicos del vivir transnacional», en Ángeles Escrivá y Natalia Ribas, coords., *Migración y desarrollo. Estudios sobre remesas y otras prácticas transnacionales*. CSIC/IESA-Andalucía, Córdoba, 2004, pp. 58-86].
- Haller, D. (2005), «Let it flow: Economy, spirituality and gender in Sindhi network», *Anthropological Theory*, vol 5, n° 2, pp. 154-175.
- Hart-Landsberg, Martin y Paul Burkett (2006), «China, el mercado y la economía asiática», en Amir Samir *et al.*, *Poderes emergentes en Asia*, Hacer Editorial, Barcelona.
- Harvey, David (1998), *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Herranz, Yolanda (2006), «La formación del empresariado inmigrante en el contexto español», en Joaquín Beltrán, Laura Oso y Natalia Ribas, eds., *Empresariado étnico en España*, Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales/Fundación CIDOB, Madrid, pp. 69-99.
- Itoh, Makoto (2006), «Japón: ¿un gigante con pies de plomo?», en Amir Samir *et al.*, *Poderes emergentes en Asia*, Hacer Editorial, Barcelona.
- Kloosterman, R. (2000), «Immigrant entrepreneurship and the institutional context: A theoretical exploration», en Jan Rath, ed., *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*, McMillan, Londres, pp. 90-106.
- Lahera Sánchez, Arturo (2005), «Mutaciones productivas, trabajo y empleo: ¿Desarrollando la calificación y las competencias de los recursos humanos?», *Competencias, igualdad de oportunidades y eficacia de la formación continua*, Fundación Tripartita, Madrid.
- Light, Ivan (2001), «Globalization, transnationalism and trade», *Asian and Pacific Migration Journal*, vol. 10, n° 1, pp. 53-79.

- (2004), «The ethnic ownership economy», en C. Stiles y C. Galbraith, eds., *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*, Elsevier, Boston, pp. 3-43.
 - (2005), «Empresarios inmigrantes de Asia en la era de la globalización», *Anuario Asia Pacífico 2004*, Casa Asia, Fundación CIDOB, Real Instituto Elcano, Barcelona, pp. 371-382.
 - (2006), «Economía étnicas», en J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas, eds., *Empresariado étnico en España*, Observatorio Permanente de la Inmigración, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- Light, Ivan y Steven Gold (2000), *Ethnic Economies*, Academic Press, San Diego.
- Light, Ivan y Carolyn Rosenstein (1995), *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America*, Aldine de Gruyter, Nueva York.
- Light, Ivan, Zhou Min y Rebecca Kim (2002), «Transnationalism and American exports in an English-speaking world», *International Migration Review*, vol. 36, nº 3, pp. 702-725.
- López Sala, A. (2007), «Migración internacional, vínculos transnacionales y economía étnica: el caso de la comunidad india en Canarias», *Revista d'Afers Internacionals*, nº 78, pp. 77-98.
- López Sala, A. y V. Esteban Sánchez (2004), «Inmigración en nuevos territorios de frontera: el caso de Canarias», *Congreso Nacional de Sociología*, Grupo de Trabajo sobre Sociología Política, Alicante, septiembre de 2004.
- Lurbe i Puerto, Katia (2008), «Sobre la reapropiación de la “metáfora étnica” para alterar las minorías transnacionales», en Enrique Santamaría, ed., *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*, Anthropos, Barcelona, pp. 79-108.
- Lyman, Stanford y Douglass, William (1994), «Etnicidad: estrategias en el manejo de la impresión individual y colectiva», en Douglass William, Lyman Stanfor y Josefa Zulaika, eds., *Migración, etnicidad y etnonacionalismo*, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao.
- Macías, A. (2003), *Revisiones y provocaciones: diez artículos de historia económica de Canarias*, Idea, Biblioteca Económica Canaria, Santa Cruz de Tenerife.
- (2008), «Canarias: un espacio transnacional. Reflexiones desde la Historia», ponencia presentada en el Seminario Internacional *Migraciones internacionales e integración cultural en espacios insulares. Una perspectiva histórica*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria, junio de 2008.
- Markovits, C. (2000), *The Global World of Indian Merchants, 1750-1947: Traders of Sind from Bukhara to Panama*, Cambridge Studies in Indian History and Society, Cambridge.
- Merani, H. y H. Van der Laan (1979), «The Indian traders in Sierra Leone», *African Affaires*, vol. 78, nº 311, pp. 240-250.
- Moreras, J. (2002), *Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella*, Fundació CIDOB, Barcelona.

- Murcia Navarro, E. (1974), «Los comerciantes hindúes en Santa Cruz de Tenerife», *Estudios Geográficos*, nº 136, pp. 405-427.
- Nieto, Gladys (2003), «La inmigración china en España. Definiciones y actuaciones sobre integración social», *Revista CIDOB d'Afers Internacionales*, nº 63, pp. 167-189.
- (2007), *La inmigración china en España. Una comunidad ligada a su Nación*, Ediciones Catarata, Madrid.
- Orozco, M. (1997), *El régimen fiscal especial de Canarias*, Marcial Pons, Madrid.
- Padayachee, V. y R. Morrel (1991), «Indian merchants and Dukawallahs in the Natal economy, 1875-1914», *Journal of Southern African Studies*, vol. 17, nº 1, pp. 71-102.
- Pajares Miguel (2007), *Inmigración y mercado de trabajo. Análisis de datos de España y Cataluña*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- Parekh, B. (1994), «Some reflections on the Hindu diaspora», *New Community*, nº 26, pp. 603-620.
- Pieke, Frank *et al.* (2004), *Transnational Chinese. Fujianese Migrants in Europe*, Stanford University Press, California.
- Portes, Alejandro (1997), «Globalization from below: The rise of transnational communities», *WPTC 98-01*, Centre for Migration and Development, Princeton University.
- (2001), «Inmigración y metrópolis: reflexiones acerca de la historia urbana», *Migraciones Internacionales*, vol 1. nº 1, julio-diciembre, pp. 111-134.
- Portes, Alejandro, *et al.* (2002), «Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation», *American Sociological Review*, vol. 67, nº 2, pp. 278-298.
- Portes, Alejandro, William Haller y Luis Guarnizo (2001), «Transnational entrepreneurs: The emergence and determinants of an alternative form of immigrant economic adaptation 1», *WPTC-01-05*, ESRC Research Programme, University of Oxford.
- Portes, A. y J. De Wind (2004), «A cross-Atlantic dialogue: The progress of research and theory in the study of international migration», *International Migration Review*, vol. 38, nº 3, pp. 828-851.
- Quintana Navarro, F. (1992), *Informes consulares británicos sobre Canarias (1856-1914)*, Seminario de Estudios Históricos Canarios, ULPG y Centro de Investigación económica y social de la Caja de Canarias, Las Palmas de Gran Canaria.
- Quota Research (2005), *El comercio de bazar y tiendas de conveniencia no integradas [en cadenas]*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Rajman, R. y M. Tienda (2000), «Immigrants' pathways to business ownership: A comparative ethnic perspective», *International Migration Review*, vol. 34, nº 3, pp. 682-706.

- Ramos Alonso, L. O. y J. M. Ruiz Ruiz, coords. (1996), *Economía y empresa japonesa. Su presencia en España*, Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Rath, Jan, ed. (2000), *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*, MacMillan, Londres.
- Ribeiro, Gustavo Lins (1999), *La represa de yacyretá. Capitalismo transnacional y política hidroenergética en la Argentina*, Editorial Universitaria de Misiones, Posadas.
- RICAE-CIDOB (2006), *Población y actividades económicas de las comunidades asiáticas en España*, Documentos CIDOB-Asia, nº 10.
- (2007), «El estado de la cuestión de la investigación sobre las comunidades asiáticas en España», en Pedro San Ginés Aguilar, ed., *La investigación sobre Asia Pacífico en España. Granada 2006*, Colección Española de Investigación sobre Asia Pacífico, nº 1, Editorial Universidad de Granada, Granada, pp. 895-908.
- Rodao García, Florentino (1993), *Las relaciones hispano-japonesas, 1937-1945*, tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Ruesga, Santos y Kazuei Tokado (1996), «Inversiones japonesas en España: una perspectiva europea», en Luis Ramos y José Ruiz, eds., *Economía y empresa japonesa. Su presencia en España*, Instituto de Estudios Japoneses de la Universidad de Valladolid, Valladolid, pp. 93-120.
- Sáiz López, Amelia (2005a), «La migración china en España: características generales», *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, nº 68, pp. 151-163.
- (2005b), «Mujeres empresarias chinas en un contexto migratorio. Adaptación y continuidad», en F. Checa y Olmos, ed., *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*, Icaria, Barcelona, pp. 55-83.
- (2006), *Procesos de socialización de los hijos e hijas de familias de origen chino*, Fundació Jaume Bofill, Barcelona.
- (2007), «Mujeres en la empresa familiar. El caso de las empresarias asiáticas», *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, nº 78, pp. 57-76.
- (2008), «Familia, empresa y transnacionalismo: el caso de las empresarias asiáticas en España», comunicación presentada al Simposio internacional *Nuevos retos del transnacionalismo en el estudio de las migraciones*, organizado por GEDIME-UAB, Bellaterra.
- (e.p.), «La familia y la empresa chinas: el camino de la movilidad social», en L. Osos Casas, coord., *El empresariado étnico como una estrategia de integración social de los inmigrantes. Segunda generación y relaciones de género*, Edicions Bellaterra, Barcelona (en prensa).
- Sassen, Saskia (1991), *The Global City: New York, London and Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Serra del Pozo, Pau (2006), *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella en Barcelona*, Fundació La Caixa, Barcelona.

- Solé, Carlota y Sònia Parella (2005), *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Fundación CIDOB, Barcelona.
- Solé, Carlota, Sònia Parella y Leonardo Cavalcanti (2007), *El empresariado inmigrante en España*, Fundació La Caixa, Barcelona.
- Soler Matutes, J. (2007), *Triangulación Asia/España/América Latina: una visión desde la empresa*, Documentos CIDOB-Asia, nº 14.
- Trinidad García, María Luisa (2003), «El trabajo por cuenta propia de los extranjeros en España», *Revista Migraciones*, nº 13, pp. 61-106.
- Valls Campà, L. (1998), «La presencia humana de Japón en España», *Papers*, nº 54, pp. 157-167.
- VVAA (2007), *Inmigración en Canarias. Contextos, tendencias y retos*, Fundación Pedro García Cabrera, Las Palmas de Gran Canaria.
- Verona, Nestor (2008), «El hinduismo en Canarias», en Francisco Díez de Velasco, ed., *Religiones entre continentes. Minorías religiosas en Canarias*, Icaria, Barcelona, 2008, pp. 202-237.
- Vertovec, Steven (2003), «Migration and other modes of transnationalism: Towards a conceptual cross-fertilization», *International Migration Review*, vol. 37, nº 3, pp. 641-665.
- (2004), «Migrant transnationalism and modes of transformation», *International Migration Review*, vol. 38, nº 3, pp. 971-1001.
- Wacquant, Loïc (2001), *Parias urbanos*, Manantial, Buenos Aires.
- Waldinger, Roger (1996), *Still the Promised City? New Immigrants and African Americans in Post Industrial New York*, Harvard University Press, Cambridge.
- (2006), «“Transnationalisme” des immigrants et présence du passé», *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 22, nº 2, pp. 23-41.
- (2008), «Between “here and there”: Immigrant cross-border activities and loyalties», *International Migration Review*, vol. 42, nº 1.
- Waldinger, Roger y David Fitzgerald (2004), «Transnationalism in question», *American Journal of Sociology*, nº 109, pp. 1.177-1.195.
- Wang Yi-Ju y Ramón Santacana (2005), «Las multinacionales asiáticas en España», *VIII Congreso de la Asociación Española de Historia Económica*, Santiago de Compostela, sesión B14, septiembre, pp. 1-31.
- Wong, Lloyd. L. y Michele Ng (2002), «The emergence of small transnational enterprise in Vancouver: The case of Chinese entrepreneur immigrants», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, nº 3, pp. 508-530.
- Zhang Lun (2003), *La vie intellectuelle en Chine depuis de la mort de Mao*, Fayard, París.
- Zhou, M. (2004), «Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergences, controversies and conceptual advancements», *International Migration Review*, vol. 38, nº 3, pp. 1.040-1.074.

Artículos de prensa

El Día, «Un empresario ejemplar que ama su trabajo», domingo 18 de febrero de 2007.

El Periódico de Cataluña, «BCN suspenderá un año las licencias para abrir tiendas en el “Chinatown”», 26 de febrero de 2007.

El Día, «Nuestros negocios son ahora las inmobiliarias, la medicina y el derecho», sábado, 15 de diciembre de 2007.

La Opinión, «Don Amado, historia de un inmigrante libanés contada por su hijo tinerfeño», 28 de marzo de 2008.

La provincia, «Agradecidos a Corea», 23 de junio de 2008.

El independiente de Canarias, «El monolito», 23 de junio de 2008.

Diego Bagnera, «Chinos en España. Todo queda en familia», *El Semanal ABC*, nº 907, 13-19 de marzo de 2005.

Pedro Blasco, «Chinatown en Madrid (I) Lavapiés», *El Mundo*, 2 de diciembre de 2003.

Luis Gómez, «El poder chino en España», *El País*, 27 de marzo de 2005.