

MUJERES EMPRESARIAS INMIGRANTES

Estrategias étnicas, políticas públicas y crisis económica

PARTE (I) TRABAJO FIN DE MÁSTER

Índice

PARTE (I) TRABAJO FIN DE MÁSTER.....	1
1. INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	6
2.1. OBJETIVOS.....	6
2.2. TÉCNICAS DE CAMPO	6
2.3. HIPÓTESIS	7
3. LOS MOVIMIENTOS MIGRATORIOS.....	8
3.1. CONCEPTO DE MIGRACIÓN	8
3.2. LA MUJER COMO PROTAGONISTA DE LAS MIGRACIONES.....	8
4. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO	10
4.1. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL	10
4.2. MANIFESTACIONES DE LA SEGREGACIÓN LABORAL EN LA FIGURA FEMENINA INMIGRANTE.....	10
4.3. OBSTÁCULOS PARA LA INSERCIÓN LABORAL DE LAS MUJERES INMIGRANTES	10
5. LA ECONOMÍA ÉTNICA.....	13
5.1. INTRODUCCIÓN	13
5.2. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO.....	13
6. MUJER EMPRESARIA INMIGRANTE.....	15
6.1. TIPOS DE EMPRESARIAS E INICIATIVAS EMPRESARIALES	15
6.1.1. <i>Estrategias empresariales</i>	15
6.1.2. <i>Trayectoria laboral de las extranjeras en España</i>	16
6.2. TIPOLOGÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS	19
6.3. BARRERAS PARA LA CREACIÓN DEL NEGOCIO	19
6.4. ÉXITO DE LAS EMPRESAS ÉTNICAS DE MUJERES.....	21
6.5. INCENTIVOS PARA FOMENTAR EL AUTOEMPLEO FEMENINO.....	22
7. RELATO DE LAS EMPRENDEDORAS INMIGRANTES EN ALMERÍA	25
7.1. AMINATA	25
7.2. FÁTIMA.....	28
7.3. LIN	30
7.4. ROMINA.....	32
7.5. KATIA	34
8. RESULTADOS	36
9. CONCLUSIONES	41
10. ANEXOS.....	44
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
PARTE (II) PRÁCTICAS EXTERNAS.....	48
1. INTRODUCCIÓN	50
2. FUNCIONES DE LA INSTITUCIÓN	51
3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	54
4. CONCLUSIONES	55
5. ANEXOS.....	56

1. INTRODUCCIÓN

La actual crisis económica es el reflejo de una serie de desequilibrios que están afectando a la economía real a nivel mundial, originados en el sistema financiero, y que han deteriorado el clima socioeconómico vivido por la mayoría de los países del mundo durante los últimos diez años.

En marzo de 2007 tiene lugar en Estados Unidos la primera caída del mercado de las hipotecas debido a la reducción de las ventas de nuevas viviendas. A partir de ese momento, los acontecimientos que desembocan en crisis financiera se suceden uno tras otro de manera imparable hasta la actualidad.

Hace apenas unos años la economía mundial se situaba en la senda de crecimiento económico más larga y profunda de la historia contemporánea. La flexibilidad empresarial, la innovación financiera y las tecnologías de información y comunicación (TIC), elementos responsables de esta prosperidad, han dado un giro inesperado.

La economía española, al igual que la del resto de los países de la Unión, se encuentra en recesión, con tasas de decrecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) que están siendo acompañadas de altos niveles de desempleo (debido a la caída del sector de la construcción).

Según Torrero (2008), la crisis internacional ha actuado, por lo tanto, sobre dos de los soportes del proceso de crecimiento del mercado productivo español: la revalorización continuada de la vivienda y la disponibilidad de la financiación internacional, afectando de manera importante a la solvencia de las familias y a la producción de empresas.

Como no podía ser de otra manera, esto se ha visto reflejado en las migraciones, pues como es una realidad conocida España, desde hace unos años, ha dejado de ser un país de origen de migraciones a ser un país de destino.

Muchas características definen las migraciones actuales, la más interesante para este trabajo es tener, con cada vez más influencia, como protagonista a la mujer. Una mujer que deja en la mayoría de los casos un hogar, familia y amigos, para comenzar una nueva vida en otro país que le ofrezca aquellas oportunidades que su país de origen le ha negado ya sea por motivos económicos, sociales, culturales, políticos e incluso humanitarios.

La venida de estas inmigrantes y su asentamiento está provocando que muchas de ellas, por las circunstancias especiales de nuestro mercado laboral y contexto social, opten por el autoempleo como única salida a su situación, porque si la mujer autóctona se tiene que enfrentar a la desigualdad de oportunidades y derechos con respecto al género masculino, las extranjeras se tienen que enfrentar hasta una triple discriminación: por ser mujer, por su clase social y por ser inmigrante (Solé, 2003).

Este tema resulta de especial interés por la presencia cada vez mayor de estas inmigrantes en nuestra sociedad, por como son capaces de desarrollar estrategias para adaptarse a la sociedad de destino a la que llegan y más en época de crisis y porque se están asentando en nuestros pueblos y ciudades contribuyendo a la formación de una nueva clase emprendedora, integrada por pequeñas propietarias de negocios.

Lo que se pretende con este trabajo de investigación es dar a conocer la situación de las mujeres inmigrantes en nuestro país y las dificultades que tienen tanto en la búsqueda como en la consecución de empleo, analizar cuáles son los factores que llevan a estas mujeres a crear sus propias empresas y formar parte de lo que denominaremos economía étnica, y para finalizar, si existen políticas públicas específicas dirigidas al desarrollo de su proyecto empresarial.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

El objetivo básico de esta investigación es dar a conocer las diferentes estrategias que utilizan las mujeres inmigrantes en nuestro país para constituirse como autónomas. Para alcanzar dicho objetivo partiremos de tres objetivos específicos:

1. Conocer la situación de las mujeres empresarias inmigrantes en Almería y las dificultades que tienen tanto en la búsqueda como en la consecución de empleo.
2. Analizar cuáles son los factores que llevan a estas mujeres a crear sus propias empresas y formar parte de lo que denominaremos economía étnica.
3. Conocer a nivel estatal, autonómico y local la existencia de políticas públicas encaminadas a fomentar y crear autoempleo femenino.

2.2. TÉCNICAS DE CAMPO

En el desarrollo de esta investigación se ha utilizado una metodología cualitativa basada en los relatos de vida a través de una entrevista focalizada, de investigación, estandarizada abierta y basada en un guión.

Con este estudio cualitativo basado en los relatos de vida, las mujeres entrevistadas (empresarias étnicas) nos contarán sus vivencias en primera persona, desde su llegada a nuestro país hasta la creación de su proyecto empresarial, como trayecto último de este proceso.

De este modo nos permitirá conocer su situación desde el inicio hasta su constitución como empresarias, pasando por las situaciones a las que se han tenido que enfrentar en la búsqueda y consecución de empleo, los motivos que les han llevado a crear sus propias empresas, las ayudas que han recibido y una vez constituidas como empresarias, si consideran positiva su experiencia como tal y si creen que existen diferencias con respecto a sus colegas españolas.

Las mujeres empresarias extranjeras entrevistadas han sido cinco y todas con diferente nacionalidad. He centrado el estudio en la provincia de Almería por dos motivos; primero, por ser una de las zonas de Andalucía que recibe mayor número de inmigrantes y segundo, por contar con un nivel de iniciativa y actividad empresarial femenina

relevante.

El ámbito de estudio pues, será la localidad de Roquetas de Mar, ya que es uno de los enclaves provinciales de referencia, al concentrarse un gran número de extranjeros empadronados, como así lo refleja el Padrón Municipal del mismo teniendo inscritos más de ochenta nacionalidades diferentes.

Las entrevistas se han llevado a cabo, tres de ellas en el Centro Municipal de Información a la Mujer (CMIM) de Roquetas de Mar, en un restaurante chino y otra en una cafetería. Este Centro depende de la Concejalía de la Mujer del Ayuntamiento de Roquetas. Es un servicio destinado a las mujeres para que puedan acceder a una igualdad formal y efectiva, donde se llevan a cabo acciones en el campo Jurídico, Psicológico, Laboral, Educativo, Formativo, Social y Asociativo. Su importancia radica en disponer de un espacio donde las mujeres son informadas de sus derechos y encuentren cauces de actuación y participación, a través de acciones de información, sensibilización, prevención e intervención integral a éstas y sus familias.

2.3. HIPÓTESIS

Existen políticas públicas a nivel estatal, autonómico y local dirigidas específicamente a fomentar e incentivar a las emprendedoras inmigrantes en la creación de su proyecto empresarial.

3. LOS MOVIMIENTOS MIGRATORIOS

3.1. Concepto de migración

Según el Diccionario de la Real Academia Española, el concepto migratorio es entendido con una doble acepción; por un lado, como la acción y efecto de pasar de un país a otro para establecerse en él y por otro, como desplazamiento geográfico de individuos o grupos, generalmente por causas económicas o sociales.

Las migraciones son un fenómeno muy antiguo, pero en cada época de la historia se han manifestado de forma diferente debido a las causas que los motivan, las modalidades que lo revisten, las consecuencias que entrañan, al significado que se les atribuye y a los sentimientos que generan.

El actual orden migratorio internacional está dando lugar a importantes desequilibrios y conflictos entre el volumen de migración que necesitarían los países menos desarrollados y el que están dispuestos a admitir los países más desarrollados; entre el número de migrantes que estos últimos necesitan y el que efectivamente admiten; entre la migración que los países receptores desearían recibir y la que de hecho reciben.

Como señala Krugman (2009), durante una depresión parece que la oferta esté por todas partes y que la demanda de bienes en general haya desaparecido por completo.

3.2. La mujer como protagonista de las migraciones

La ausencia de estudios sobre migraciones femeninas no significa que las mujeres no hayan participado en ellos, sino que directamente se han invisibilizado, ya que como apunta Juliano (2000:382) “la mujer es estructuralmente viajera”.

La mujer ha sido, sigue y seguirá siendo protagonista de estos movimientos migratorios, como así lo revelan los estudios puestos en marcha a partir de los años noventa. Los cambios producidos recientemente en nuestro contexto nacional e internacional lo demuestran al hacer imprescindible su presencia en nuestro mercado laboral ya que factores como el envejecimiento de la población, la disminución de la natalidad, la independencia de la mujer autóctona y los cambios en nuestros estilos de vida hacen que “el proceso de externalización de las tareas de reproducción social genere nuevas ocupaciones, caracterizadas por la precariedad, el desprestigio social y la invisibilidad, que no son absorbidas por la mujer autóctona, lo que genera una demanda de mujeres

extracomunitarias para llevarlas a cabo”(Parella, 2000:277).

Si bien es cierto que estas mujeres cuando llegan al país de destino pretenden mejorar sus condiciones y calidad de vida respecto a las que tenían en su país de origen, los diferentes estudios realizados y la realidad demuestran que son muy pocas las que consiguen triunfar y mejorar los factores anteriormente mencionados, debido a la división y segmentación del mercado de trabajo, que se manifestará de forma diferente según el contexto social y geográfico en el que se desenvuelvan y según las variables sexo y país de origen.

4. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO

4.1. La segmentación del mercado español

Entre los diferentes cambios acaecidos en este siglo XXI cabe destacar no sólo la globalización económica propiciada por el desarrollo y difusión de las tecnologías de información y comunicación, sino también los producidos en el mercado laboral.

Según Gualda (2005) son dos los actores colectivos que ocupan un lugar principal para la comprensión de la segmentación laboral que actualmente se localiza en nuestro país: por un lado, los Estados diseñan políticas migratorias que propician la llegada “regular” de algunos colectivos así como la llegada “irregular” de otros que se localizan más en la economía sumergida y, por otro lado, las acciones de estas organizaciones empresariales y empleadores van a dirigir en cierta forma los flujos migratorios.

4.2. Manifestaciones de la segregación laboral en la figura femenina inmigrante

Si la mujer autóctona se encuentra con obstáculos para desarrollar su vida profesional y laboral, haciendo frente a situaciones de desigualdad y discriminación, la mujer foránea se encuentra con una triple discriminación, no sólo ya por el hecho de ser mujer, sino también por su clase social y por ser inmigrante.

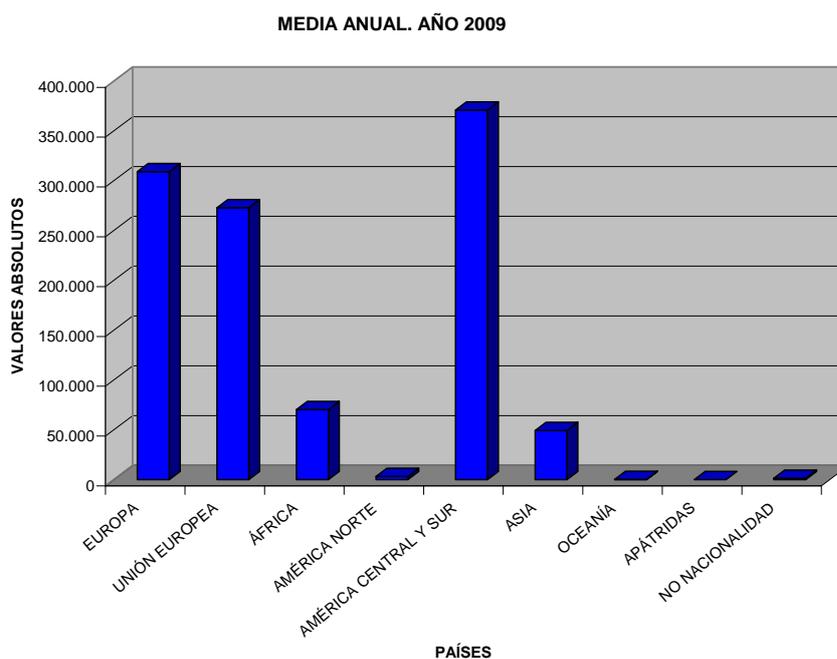
Las mujeres migradas cuando llegan al país de recepción y debido a la segregación del mercado laboral van a ocupar los puestos de trabajo, tal y como señala Arjona (2005) peor remunerados, con unas ínfimas condiciones e infravalorados por la sociedad de recepción. De esta manera, los denominados nichos laborales, entendiendo por éstos aquellos trabajos manuales, agrícolas o no cualificados, en definitiva, los constitutivos del mercado secundario no aceptados por las trabajadoras autóctonas, serán ocupados por las trabajadoras inmigrantes.

4.3. Obstáculos para la inserción laboral de las mujeres inmigrantes

La mujer extranjera al llegar a nuestro país se encuentra con múltiples impedimentos para acceder al mercado de trabajo. Varios son los factores que inciden en ello. El primero a destacar sería la condición de género. En una sociedad como la nuestra dominada por el sistema patriarcal, las mujeres en general y en este caso las foráneas, se tienen que enfrentar a los consabidos estereotipos de género, es decir, a unos roles atribuidos por la condición de ser mujer y propiciados culturalmente. Las mujeres por

tanto, tal y como reflejan los datos de afiliación al Régimen General de la Seguridad Social, van a ocupar puestos principalmente feminizados, de ahí que casi la mitad de las extranjeras estén dadas da alta como Empleadas Domésticas. El segundo factor sería la nacionalidad, ya que no es lo mismo ser mujer nigeriana que mujer latinoamericana. Las mujeres nigerianas se enfrentan con el problema del idioma, costumbres diferentes y seguramente el color de piel que les impide el acceso a determinados trabajos, y en caso de hacerlo, no expuestas al público, cosa que no ocurre con la mujer latinoamericana, conocedora de nuestro idioma, con costumbres similares y con tez más clara. El tercer factor sería la formación. Las mujeres venezolanas y argentinas cuentan con una formación superior si las comparamos con las mujeres marroquíes. Esto se traduce en que las expectativas laborales tanto de unas como de otras van a ser totalmente distintas.

Tabla 1. Trabajadoras extranjeras afiliadas a la Seguridad Social en alta laboral, según país de nacionalidad.



Fuente: Datos obtenidos del INE, año 2009. Elaboración propia

Las diferencias que existen entre las propias mujeres inmigrantes darán lugar a la llamada etnodiscriminación laboral, entendida como la discriminación de unas etnias sobre otras a la hora de acceder a un puesto de trabajo. Esto conlleva según Arjona

(2004) a que asistamos a un proceso en el que se condena a determinados colectivos a desempeñar y ocupar determinados nichos laborales que impiden su promoción social y económica. Las mujeres inmigrantes se incorporarán no sólo al servicio doméstico y agricultura sino también a la hostelería, limpieza y comercio, así como al ejercicio de la prostitución.

5. LA ECONOMÍA ÉTNICA

5.1. Introducción

En la etapa que nos ha tocado vivir, países como Italia, Grecia, Portugal y España han dejado de ser sociedades de emigración periféricas para convertirse en sociedades de recepción de inmigrantes procedentes de África, América Latina, Europa Oriental y de algunos países asiáticos (como China, Filipinas) desde mediados de la década de los ochenta.

Este cambio de país emisor de mano de obra a país receptor de la misma se ha producido como consecuencia de las medidas impuestas a las migraciones laborales por parte de los países de Europa Central, el desarrollo económico de estos países y porque la población autóctona, debido a su creciente formación y expectativas generadas, van a rechazar determinados puestos de trabajo (precarios y mal remunerados) que tienen que ser cubiertos.

Como bien dice Parella (2005:266) “las migraciones de este nuevo período tienen lugar en una estructura económica dominada por las actividades del sector terciario, expuestas a la precariedad y a la economía informal”.

5.2. Aproximación al concepto

Se entiende por empresa étnica¹ la empresa en propiedad de un inmigrante o dirigida por él, o bien, la unión de ambos conceptos, es decir, el inmigrante como propietario y gerente.

Este fenómeno es muy reciente. La proliferación de este tipo de negocios en España es relativamente joven como consecuencia de su corta experiencia como sociedad receptora de inmigrantes. Aún así, este tipo de iniciativas está proliferando rápidamente en las ciudades españolas.

Factores como la pobreza, el paro, la discriminación y los bajos salarios en el mercado, favorecen que determinados grupos étnicos opten por el autoempleo, como una alternativa al bloqueo de las oportunidades económicas a las que tienen que hacer frente, favoreciendo su auge (Parella, 2005).

¹ En España se ha estudiado este fenómeno en Barcelona, Madrid, Galicia y Alicante, entre otras.

Estos nuevos negocios étnicos vienen a cubrir y a satisfacer, por un lado, una serie de demandas y necesidades de un determinado colectivo o etnia que no están siendo cubiertos por el mercado autóctono, y por otro lado, de esta manera, se intenta minimizar los riesgos de exclusión y conflictividad social sufridos por éstos.

Como apunta Riesco (2003), estos enclaves y empresas étnicas actúan como una auténtica alternativa de movilidad social ascendente de los inmigrantes, residiendo la clave de su éxito en la movilización de los diferentes recursos internos del grupo.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras de estos colectivos se van a ubicar pues en los sectores económicos abandonados por la población autóctona, sectores en crisis donde las posibilidades de incorporar innovaciones tecnológicas son escasas y donde se prima un uso intensivo de la fuerza de trabajo.

Para algunos autores (Light y Bhachu, 1993:31; Martínez Veiga, 1997:196-197) “la economía étnica trata más bien de describir la presencia del autoempleo y del trabajo autónomo entre los inmigrantes, su capacidad para generar oportunidades de empleo para sí mismos y para sus compatriotas”.

Por tanto, el auge de este tipo de negocios es consecuencia de las desventajas de los inmigrantes en el acceso al mercado laboral.

Se constata que la creación de empleo se concentra, cada vez con mayor intensidad, en las nuevas y pequeñas empresas. Los países que presentan un mayor aumento en los índices de iniciativa empresarial tienden a aumentar reducciones en las tasas de desempleo, así como superiores tasas de crecimiento económico (Audretsch, 2003; Comisión de las Comunidades Europeas, 2003).

6. MUJER EMPRESARIA INMIGRANTE

6.1. Tipos de empresarias e iniciativas empresariales

Siguiendo previas investigaciones (Arjona y Checa, 2006; Oso y Ribas, 2004; Villares, 2005), distinguimos dos clases de empresarias étnicas; a) la empresaria vocacional, que es aquella que observa el mercado, lo analiza y crea su negocio en función de las carencias observadas, b) la empresaria por necesidad, que va a poner en marcha una iniciativa empresarial como consecuencia de los obstáculos que se le presentan a la hora de insertarse laboralmente, es decir, el autoempleo como salida a su exclusión en el mercado.

Según el modelo teórico de Kloosterman (2000), en el proceso de instalación de los negocios coétnicos hay que analizar el contexto normativo y legal del país de llegada, así como los intereses y demandas de los consumidores.

En el caso de nuestro país, las iniciativas de las emprendedoras inmigrantes van a estar relacionadas con el sector servicios, esto es; comercio, hostelería, restauración así como los destinados al propio colectivo inmigrante (agencias de envío de dinero, locutorios, agencias de viajes...). La opción y preferencia por desarrollar este tipo de servicios es clara. Por un lado, la creación de estos negocios no requiere una exhaustiva formación, el coste suele ser bajo, y gozan de flexibilidad y disponibilidad horaria (para compaginar normalmente la vida personal con la laboral). Además, como señalan Arjona y Checa (2006) las actividades desempeñadas se van a caracterizar por la complementariedad y complejidad de los servicios prestados debido a una maniobra de ampliación de beneficios, ya que en un mismo local son capaces de ofertar diversidad de productos, con el objetivo de rentabilizar lo máximo posible su actividad.

6.1.1. Estrategias empresariales

Según Oso y Villares (2005) tres serían las estrategias empresariales para poner en funcionamiento una iniciativa empresarial:

a) como estrategia refugio: las características del mercado de trabajo, segmentación y segregación étnica, da lugar a que las mujeres inmigrantes ocupen nichos laborales que están por debajo de su formación y cualificación, de ahí que la alternativa de un negocio propio sea la única salida.

b) como estrategia de continuidad profesional: mujeres que en su país de origen eran empresarias y continúan su trayectoria en el país de destino.

c) como proyecto familiar: en el que todos los miembros de la familia están involucrados en el proyecto empresarial. Según Martínez (2007:230) “los negocios familiares se perpetúan en el país de destino escogido en la emigración”. Las inmigrantes dentro de este proyecto pueden asumir tres roles: como mujer empresaria, ejerciendo de encargada pero subordinada a un puesto directivo superior o como colaboradora, desempeñando un papel no visible, Kontos (2000).

6.1.2. Trayectoria laboral de las extranjeras en España

La situación de las mujeres emprendedoras inmigrantes en nuestro país es aún poco conocida debido a la escasez de estudios que se han realizado al respecto.

“Las empresas coétnicas constituyen una posibilidad de movilidad social para las mujeres inmigrantes, desde el mercado de trabajo secundario y desde aquellas actividades que conllevan mayores relaciones de explotación laboral y de diferencias de género” (Oso y Ribas, 2004:212).

A continuación, y siguiendo algunos estudios previos que nos sirven de referencia (Arjona y Checa, 2006; Oso y Ribas, 2004; Sáiz, 2004; Villares, 2005) analizaremos de forma general la trayectoria de las mujeres emprendedoras en nuestro país.

6.1.2.1. Mujeres dominicanas

Las mujeres dominicanas que llegan a nuestro país lo hacen atraídas principalmente por la demanda de empleadas de hogar originada en el mismo. Esta demanda se ha ido generando conforme la mujer española accede al mercado laboral, haciendo necesaria la presencia de otra mujer para cubrir las labores que la autóctona desempeñaba, es decir, alguien que la sustituya.

Estas mujeres suelen comenzar su proyecto migratorio de forma individual, dejando a su familia en el país de origen. Su propósito al llegar a nuestro país es ganar dinero para mantener su hogar transnacional a través del envío de remesas, por lo tanto su capacidad de ahorro se ve mermada. Señalan Oso y Villares (2005) la presión del hogar transnacional bloquea la estrategia empresarial, constituyendo el trabajo por cuenta ajena un paso previo para acceder al mundo empresarial.

Suelen ser mujeres con escaso nivel formativo, pero la mayoría socializadas en el “peinado del pelo.”

Cuando estas mujeres deciden crear su negocio, lo hacen bien por escapar del nicho laboral o como estrategia de movilidad social. Las dominicanas ven el servicio doméstico como un paso que hay que dar para poder constituir su empresa. Al estar como internas, consiguen ahorrar gran parte de su salario. Tras unos años trabajando, consiguen crear su negocio, la mayoría relacionados con el mundo de la peluquería, que no requieren cualificación y que su constitución no supone una gran inversión. Como dicen Oso y Ribas (2004:216) “se trata de una estrategia refugio, ante las dificultades de encontrar un empleo alternativo al servicio doméstico, en el mercado de trabajo autóctono.”

En algunas ciudades y barrios la presencia mayoritaria de un determinado colectivo favorece la creación de enclaves étnicos. Sus compatriotas les servirán como fuente de información, consejo y prestamista a las nuevas empresarias.

6.1.2.2. Mujeres marroquíes

Las mujeres marroquíes, en su mayoría, suelen iniciar el proyecto migratorio con sus maridos. Estas mujeres se encuentran con varios inconvenientes: su escasa formación, dificultad con el idioma y con la moralidad musulmana que les limita el acceso al espacio público. La mayoría de ellas, cuando trabajan fuera de casa, lo hacen “como ayudantes de sus maridos” en puestos de venta ambulante. El negocio entendido como un proyecto familiar.

En palabras de Oso y Ribas (2004:223) “la vida reproductiva de la mujer en el marco de la familia condiciona su participación en el espacio público, y en concreto en los mercados. Así las mujeres marroquíes, una vez que han acabado su vida reproductiva, disponen de libertad para acceder al espacio público.”

La mujer marroquí, que decide ser autónoma, rompe con el estereotipo. Son mujeres que se distancian, en cierta medida, de la mentalidad patriarcal musulmana. Su negocio (en la mayoría de venta ambulante) lo suelen tener en el extrarradio de los mercados, pero en condiciones más precarias.

6.1.2.3. Mujeres argentinas y venezolanas

La decisión de iniciar el proyecto migratorio suele ser conjunta en el marco de una familia nuclear. La migración es entendida por estas mujeres como un proyecto de supervivencia de una clase media deteriorada como consecuencia de la actual situación social, económica y política vivida en sus países, así como por la inseguridad de Venezuela (atracos y secuestros), de tal forma, que el problema económico y falta de salidas profesionales no serán factores decisivos de abandono del país de origen.

Estas mujeres cuentan con una serie de ventajas respecto al resto de sus colegas: son conocedoras del idioma, tienen un amplio nivel de formación, suelen pertenecer a la clase media-alta, cuentan con redes en el país de destino y suelen tener experiencia profesional.

Argentinas y venezolanas suelen constituirse como autónomas principalmente porque la segmentación del mercado español las relega a puestos que están muy por debajo de su cualificación y preparación, percibiendo esta opción como proceso de movilidad social descendente y porque tienen problemas para que le convaliden y homologuen los títulos académicos que poseen. De ahí que la mayoría de ellas lleguen con la idea de trabajar por cuenta propia desde el principio, ya que suelen tener información sobre la situación del mercado de trabajo gracias a sus redes (familia y amigos) y cuentan con recursos económicos suficientes bien por la venta de sus propiedades o por el dinero ahorrado en su país de origen.

6.1.2.4. Mujeres chinas

En palabras de Sáiz (2004) las mujeres chinas suelen iniciar el proyecto familiar por reagrupación familiar, aunque también de forma individual.

De todas las mujeres presentadas hasta ahora, son las más que en mayor medida se decantan por la empresa de todas las extranjeras (así lo demuestran los datos de alta de la Seguridad Social de diferentes años).

Las motivaciones que llevan a las chinas a crear sus propias empresas son; por un lado, combinar la vida personal y laboral, y por otro, la independencia, autonomía y frustración laboral.

La organización y funcionamiento de sus familias-empresas da lugar a que accedan al

mercado no sólo como mano de obra sino también como propietarias de los negocios que van a crear. Por tanto, las estrategias de estas mujeres son familiares y combinan el trabajo productivo con el reproductivo.

Los negocios regentados por éstas suelen ser variados: restaurantes chinos, bazares, talleres de confección, almacén de importación de productos, consultorías, agencias de viajes, peluquerías con opción de masajes bajo coste.

Su posición en el negocio y en la familia es semejante a lo largo del proyecto migratorio, la consecución de autonomía empresarial y éxito económico.

6.2. Tipología de los establecimientos

Partiendo de la diferenciación que realiza Parella (2005) destacamos:

- Mercados situados en los nichos marginales: son negocios rechazados por los empresarios autóctonos por su baja rentabilidad económica y sus duras condiciones laborales. Están relacionadas con actividades económicas tradicionales que han fracasado por la actual crisis. Estos negocios suponen una vía de acceso para las inmigrantes. Ofertarán productos y servicios más baratos que los de los negocios autóctonos.
- Mercados de productos exóticos: ofertarán productos étnicos (alimentación, comida, bebida) no solo para sus compatriotas, sino también para la población autóctona. Estos productos suelen ser atractivos.
- Mercados de productos segmentados: al actuar en una economía transnacional, consiguen importar productos a precios más accesibles que los autóctonos.

6.3. Barreras para la creación del negocio

Cuando una mujer toma la decisión de montar su propia empresa, tiene que hacer frente a una serie de obstáculos:

- **De tipo económico:** la mayoría de mujeres no cuentan con solvencia económica, por ello han debido trabajar antes por cuenta ajena y si la iniciativa empresarial ya surgió en el país de origen, venden sus

propiedades para poder montar el negocio en el país de destino. También suelen recurrir a las redes sociales (familias, amigos u otros empresarios coétnicos) para que le aporten el capital necesario inicial. Suelen ser pocas las empresarias que recurren o solicitan ayudas financieras a las entidades y organismos públicos que ofertan dichos servicios.

- **De tipo legal o administrativo:** para poder constituir sus empresas y darse de alta como trabajadoras autónomas en la Seguridad Social, estas empresarias deben enfrentarse a una gran cantidad de trámites burocráticos. El inmigrado que pretende establecerse en nuestro país como trabajador por cuenta propia encuentra más dificultades para hacerlo que si lo hiciera por cuenta ajena. De este modo la legislación vigente mantiene unos criterios restrictivos a la hora de conceder los permisos de trabajo por cuenta propia: incidencia de la actividad a desarrollar en la generación de empleo, aportación de capital a la economía nacional, suficiencia de la inversión, cualificación profesional, aportación de nuevas tecnologías. Además, cuando se trata de una actividad inicial la Administración no necesita motivación para denegar el visado de residencia para trabajar por cuenta propia (Arjona, 2004; Trinidad, 2002).
- **Estratificación del mercado:** las oportunidades que oferta nuestro mercado laboral debido a su segregación, alta cualificación y formación, hace que ocupen puestos precarios y mal remunerados.
- **Discriminación:** no sólo por ser mujer, si no también por ser inmigrante.

En definitiva, “las empresarias se tienen que enfrentar: a la adquisición de la información necesaria para el establecimiento y supervivencia de sus empresas, a obtener el capital necesario para establecer o expandir sus empresas, adquirir (en caso de no tenerlo) el entrenamiento y habilidades para que el negocio funcione, reclutar y manejar trabajadores eficientes, honestos y baratos, manejarse con los clientes y proveedores, sobrevivir a la competitividad entre negocios y protegerse frente a los ataques políticos” (Waldinger y otros, 1990:46).

6.4. Éxito de las empresas étnicas de mujeres

A nivel general, los factores que inciden para que estas empresas triunfen son varios. Por un lado, los diversos estudios realizados por diferentes autores (Arjona y Checa, 2006; Oso y Ribas, 2006), ponen de manifiesto la experiencia previa empresarial. Un importante número de estas mujeres, en sus países de origen, han trabajado en el mundo empresarial o pertenecen a familias que se dedican o se han dedicado a ello. Por ello son conocedoras del funcionamiento del mundo de los negocios con lo cual gozan de un entrenamiento y habilidades para desarrollarlo.

Como señalan Oso y Villares (2005) la experiencia empresarial previa en el país de origen, la cualificación, la procedencia de una familia de emprendedores o la convivencia en un contexto familiar de estas características, condicionarán sus iniciativas.

Otro factor sería la solidaridad étnica, considerada la pieza clave para el éxito de estos negocios. Como establecen Arjona y Checa (2006) se da entre personas de un mismo país de origen y es bilateral: de la empresaria al empleador, donde la primera gana aceptación entre el colectivo traduciéndose en un aumento de la clientela, y el empleado accede a un puesto de trabajo diferente al otorgado por su condición y, por otro, la solidaridad del cliente al empresario, aumentando los lazos étnicos y de lealtad. De esta manera, el empresario abastece a una determinada colectividad de los productos de su país, que no le es proporcionado por los negocios autóctonos (comida, telas,...).

También deberíamos mencionar el reconocimiento por parte de los coétnicos. La empresaria que consigue poner en marcha un negocio, es un ejemplo a seguir, hasta el punto que muchas de ellas actúan como mediadoras y crean asociaciones siendo las Presidentas de ellas.

Por último, la dedicación y sacrificio por parte de estas empresarias, no sólo por mantener unos horarios de apertura en días y horas superiores a los autóctonos (hay negocios con horarios interrumpidos y con apertura de todo el fin de semana) sino también por trabajar en unas pésimas condiciones laborales ellas y sus empleados para conseguir mayor rentabilidad y competitividad que les permite ofertar productos a menor precio y prestar un servicio próximo y flexible.

6.5. Incentivos para fomentar el autoempleo femenino

Los incentivos puestos en marcha para la creación de autoempleo por parte de la Administración Pública, Empresas Privadas, Cámaras de Comercio y otras instituciones serían las siguientes:

A nivel estatal encontramos una serie de medidas de aplicación general a todos los autónomos y a Pymes. Estas ayudas y subvenciones irán encaminadas a:

a) Fomentar el autoempleo: subvenciones en la cuota de autónomos para todas las nuevas altas en este régimen de la Seguridad Social para hombres menores de treinta años y mujeres menores de treinta y cinco años que reducen durante treinta meses la cuota de autónomos en un treinta por ciento. Esta subvención la otorga directamente la Seguridad Social y sólo es aplicable en la primera alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos que se lleve a cabo.

b) Fomentar la contratación de empleados: existen dos tipos de ayudas, b.1) orientada a la contratación de personas en riesgo de exclusión social o pertenecientes a colectivos desprotegidos, con bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social para cada uno de los contratos que se lleven a cabo y b.2) paquete de ayudas para fomentar el empleo, que bonifique la contratación a tiempo parcial de desempleados con más de doce meses de permanencia en las listas del INEM.

c) Ayudas autonómicas: dirigidas al establecimiento de negocios y diversos planes de empleo regionales. Es en este sector donde encontramos las subvenciones propiamente dichas, que se fijan por los propios proyectos en marcha y que dependen de las propias autonomías, además de las bonificaciones descritas.

El Ministerio de Economía y Hacienda, a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO) en colaboración con el Fondo Europeo de Inversión (FEI) ha creado una línea de microcréditos dirigidos a colectivos desfavorecidos que tienen grandes dificultades para acceder a la concesión de créditos bancarios por vía ordinaria. El objetivo de estos microcréditos es la financiación de proyectos empresariales que fomenten el autoempleo a través de la creación de microempresas.

El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, el Ministerio de Industria y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA) renuevan anualmente su

compromiso con los microcréditos para las mujeres emprendedoras y empresarias.

En el marco de las autonomías, (además de lo descrito en el apartado de ayudas estatales) en nuestro caso la Junta de Andalucía, se establecen las siguientes ayudas y subvenciones:

- Subvenciones a la mujeres y empresas de mujeres para el fomento y mejora empresarial (SERVAEM) .El Instituto Andaluz de la Mujer con la cofinanciación del Fondo Europeo del Desarrollo Regional, dentro del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013 integrado en el Marco Estratégico Nacional de Referencia, pone en marcha una serie de actuaciones, entre las que se encuentra esta línea de subvenciones, dirigidas a la promoción del espíritu empresarial de las mujeres andaluzas y la mejora de empresas ya constituidas que tengan participación mayoritaria de mujeres.

- Ayudas públicas destinadas a fomentar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral. Serie de medidas destinadas a facilitar la incorporación de la mujer a la vida laboral y desarrollar su carrera profesional, fomentar la corresponsabilidad de mujeres y hombres en el ámbito laboral.

- Ayudas del Plan de Fomento y Consolidación del Trabajo Autónomo en Andalucía. La Consejería de Empleo establece estas Subvenciones dirigidas a trabajadoras y trabajadores autónomos entendiendo por tal a la persona física que ejerce una actividad económica de forma individual por cuenta propia, y con hasta cinco trabajadores por cuenta ajena, y que tengan residencia y domicilio fiscal en Andalucía.

- Subvenciones tanto para el establecimiento como para el mantenimiento como trabajador o trabajadora autónoma. La Consejería de Empleo establece esta serie de ayudas para la promoción del autoempleo y la cultura emprendedora como política activa de empleo, especialmente, entre personas desempleadas.

- El Instituto de Fomento de Andalucía (IFA) y el Centro Andaluz de Emprendedores (CADE) pretenden apoyar la creación de empresas.

A nivel local, por el momento y debido a la actual crisis económica, no se han creado ningún tipo de ayudas o subvenciones dirigidas a mujeres o empresarias étnicas.

Otros tipos de ayudas son:

- Las Cámaras de Comercio han establecido un Programa de Apoyo Empresarial a Mujeres (PRAEM) que tiene como objetivo sensibilizar a la mujer hacia el autoempleo y actividad empresarial y ser un instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por ellas. Contarán con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo y el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.
- La Organización de Profesionales Autónomos (OPA) ha creado un programa de ayudas a mujeres desempleadas con vocación de empresarias, con la intención de facilitarles toda la información que necesitan y asesoramiento, especialmente a aquellas que vivan un período de desempleo de larga duración.
- El Banco Mundial de la Mujer realiza actividades para promover la integración de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial y el acceso igualitario a los recursos económicos. También ha elaborado una Guía básica para Emprender cuyo propósito es orientar a las mujeres en la puesta en marcha de un negocio.
- El portal E-inmigrantes.net, creado por las Cámaras de Comercio y el Ministerio de Trabajo e Inmigración, pretende fomentar el espíritu emprendedor entre los extranjeros y ayudarle a fundar su propia empresa.

Concluimos diciendo, en líneas generales, que no existen políticas públicas específicas dirigidas a la creación y fomento del autoempleo femenino inmigrante.

7. RELATO DE LAS EMPRENDEDORAS INMIGRANTES EN ALMERÍA

7.1. AMINATA

He quedado con Aminata sobre las doce de la mañana. El lugar de encuentro ha sido el Centro Municipal de Información a la Mujer (CMIM). Anteriormente habíamos estado hablando por teléfono, y esa era la hora a la que le venía bien. Ya me comentó que tenía que cerrar el negocio para atenderme. Llega al Centro y muy educadamente pregunta por mí. Me levanto y me dirijo a recibirla. Nos presentamos, nos damos dos besos y le hago que pase y se siente en el despacho que me han otorgado.

Me la imaginaba así. Su piel negra como el carbón, ataviada con una indumentaria de colores vivos, su pelo con trenzas, mirada viva y penetrante. La concibo como una persona risueña y me transmite bastante energía. Tras unas breves palabras, le comento lo que ya habíamos estado hablando por teléfono y comenzamos la entrevista.

Aminata (que es su nombre ficticio) nació en Senegal hace cuarenta y cinco años. Su formación equivale en España a Enseñanza Secundaria Obligatoria. Actualmente tiene una tienda de alimentos. Como la veo muy resuelta le pregunto que si forma parte de alguna Asociación y me comenta que es la Presidenta de una de las muchas Asociaciones de mujeres inmigrantes que hay en Roquetas.

Vino a España hace once años y así nos lo relata “...llego aquí hace once años, en el año dos mil...cuando vine, primero cuando entra aquí en España estaba en Canarias...dos o tres meses...luego vine aquí a Almería”. Le pregunto que si lo hace por reagrupación familiar o sola, y me comenta que lo hace sola, con su visado de turista. A continuación cuando ya sé un poco de su vida le comento que si tuvo dificultades para encontrar trabajo cuando llegó y de qué tipo y me responde “...vale, si...por un primer momento si...porque no tenía papele para tener un trabajo...es poco difísil...finalmente he encontrado una mujer que tiene invernadero, le explico mi caso, he estado trabajando con ella casi un año en invernadero...antes de tener mis papele...luego en almacén...pero mi hijo se pone enfermo...tengo que estar en hospital...mi hijo fallece y vuelvo al almacén por un año y medio después y me dicen que no...” “el idioma problema...entré en clase de español...(entre risas) la primera palabra que tú conoce...yo quiero trabajo...”.

Me asombra la capacidad que tiene para afrontar la situación que nos acaba de relatar. Tras una breve pausa le comento que cuáles fueron los motivos que le llevaron a crear su empresa aquí en Roquetas y en qué año “... trabaja muchas horas, mala condicione, no dinero...comencé mi negocio finale de dos mil nueve...antes había hecho un taller de

costura...me pagaban...ahorré poco dinero... ”. El pequeño negocio que ha montado es una tienda de comestibles “...a mí me gustaba taller de costura pero caro...no tenía dinero...mi tienda productos de alimento de mi país y de todos los países...así viene gente de mi país y de otros países...” Le pregunto que si antes de venir a nuestro país en el suyo había trabajado como empresaria y me comenta “...no, en mi país trabajao con alguna empresa, no trabajo fijo...luego estaba con mi padre en restaurante...tenía mucha mujeres...se comportaba bien...yo tenía suerte para trabajar con mi padre...”.

Le comento que si una vez constituida su empresa ha recibido ayudas, de que institución y que si cree que son suficientes “...ayuda de la Junta (Instituto Andaluz de la Mujer)...me informaron aquí, en el CMIM...no son suficiente ayuda...porque estamos mucho difícil para salir adelante...porque para hacer negocio tiene que tener dinero para que salga bien...hay mucha cosa que falta...yo está empujando...no hay dinero porque cuando te dan préstamo de seis mil euro tiene que justificarlo doce mil euro...¿dónde tengo yo doce mil euro?...mucho problema...poco dinero...cuando te da ayuda te dice tiene que justificarlo...”. Se lo toma con resignación. Me gusta como afronta su situación y las adversidades. Se le ve una mujer fuerte y con carácter. Ahora me toca preguntarle si ve positiva su experiencia como empresaria y así se lo digo, y me responde con su peculiar manera “...positiva, si...si la cosa no te sale bien, bien, bien...ante de empezar tú tienes alguna deuda...tienes que justificar....tienes que juntar dinero para pagar local...yo quería trabajar con dos personas...no tengo posibilidad para contratar gente...tienes que tener dinero suficiente para que te salga bien...yo tenía dinero ahorrado del taller de costura....de lo que cobraba...el negocio no sale bien cuando salgan uno, dos o tres año...si no te dan dinero hasta suficiente...¡ cómo va a salir bien!. Está contenta con su negocio, se le nota, aunque ahora mismo, al igual que todos los empresarios está notando los efectos de la crisis. Para finalizar, porque además veo que observa la hora de su reloj, le pregunto que si desde su punto de vista cree que hay diferencias entre las mujeres empresarias “de fuera” y las “españolas” y me dice “...si hay diferencias...comprendo la posibilidad que la española tiene aquí...garantía de préstamo en el banco para ampliar negocio...la conocen...la mujer española tiene posibilidad de montar negocio...con la Administración no tengo problema, porque te ayuda...el tema es el dinero, el banco...bueno, y aquí en el Centro siempre ayudando a gente...”

Tras unos minutos más hablando de nuestras cosas, me despido de ella y le doy las gracias por prestarme su tiempo y atención. Me dice que si necesito algo que no dude en llamarla. Me ha encantado conocerla.

Roquetas, 18 de Abril de 2011

7.2. FÁTIMA

He quedado con Fátima a las diez de la mañana. El lugar de encuentro es el CMIM. Al igual que con Aminata, establecí un primer contacto telefónico explicándole el motivo de mi llamada y concertar una cita con ella. Aceptó y estoy esperándola.

He intuido que era ella al verla, no porque fuese ataviada con el típico *hijab* y la vestimenta musulmana, más bien por su fenotipia. Viene vestida totalmente occidentalizada. Vaqueros y camiseta. Su pelo recogido en una coleta y sin pañuelo. Aparece acompañada de un hombre. La recibo con dos besos y a él le doy la mano. En un principio no se que es su cónyuge. Los invito a que pasen a mi despacho, que se sienten y les comento el objeto de estudio. A ella, la verdad, le cuesta un poco expresarse en español y entender algunas expresiones. Entre ellos comienzan a hablar. En un primer momento me da por pensar que no van a aceptar, porque veo que el varón no para de comentarle cosas en árabe a Fátima, y yo sin enterarme de nada. Doy por hecho que me quedo sin historia, pero me equivoco. En ese momento Fátima me dice “...cuando quiera empezamo...ah! él mi marido...”

Fátima (nombre ficticio) nace en Marruecos hace cuarenta y un años. El nivel de estudios que tiene equivale en nuestro país a Educación Secundaria Obligatoria. Actualmente, al igual que Aminata, tiene una tienda de comestibles. Empezamos la conversación y le pregunto cuánto tiempo lleva en nuestro país “...vine aquí año dos mil...hace once año...directamente a Almería, porque marido estaba aquí, trabajaba aquí...y así más fácil...”. Se trata de una reagrupación familiar. El marido migra a nuestro país y Fátima le sigue una vez que él ha encontrado trabajo. Cuando le pregunto que si tuvo dificultades para encontrar trabajo y los obstáculos a los que tuvo que hacer frente dice “...yo no, porque cuando he llegado yo estaba mucha oferta de trabajo, pero ahora últimamente no hay trabajo...pero yo suerte que tengo trabajo antes cuando le falta trabajo...no problema encontrar trabajo, invernadero...idioma no es problema...”. Observo que el marido no para de mirarla y asentir, incluso apostillar lo que ella está diciendo. Entiende muy bien el español y no tiene dificultad para expresarse. Es más, si ella dice alguna palabra en español que no entiendo, él la corrige y me la dice bien. En este momento, le comento que cuáles fueron los motivos que le llevaron a crear su empresa y el año “...mucho trabajar y gano poco dinero en invernadero...la montamo cuando estaba la Junta de Andalucía decir que hay ayuda para mujeres si quiere hacer negocio autónoma...ha presentao mi papele...me ha dao la ayuda, pero la ayuda viene muy tarde, mucha dificultad para hacer negocio...hay

que pagar mucho, mucho gasto...el dinero que me han dao sólo para completar, no completar...sólo gestoría...no te dan la ayuda antes empezar...te dan la ayuda después...monto negocio año dos mil ocho, de alimento de mi país y de aquí...no he trabajao en esto, en mi país trabajao en hoteles...". En ese momento, le digo que si también tiene locutorio en la tienda y me responde que no. Cuando le pregunto por las ayudas que ha recibido si es que ha sido así, de qué institución y si cree desde su punto de vista que son suficientes me comenta "...Junta de Andalucía (Andalucía Orienta de VÍcar) pero poca...seis mil euro no vale para negocio sólo para pagar la gestoría y falta, no está suficiente...recibido ayuda para mujer autónoma pero después de un año...cuando yo he presentado mis papele...a mi creerme que me da para empezar, me ha dejao coger un préstamo del Banco Santander, Cajamar,...he dicho que luego van a darme ayuda para empezar..." En ese momento el marido también interviene y dice "...es poco dinero el que dan para hacer un negocio, tendrían que ayudar más...". Asiento con la cabeza, dándoles la razón y continuamos. Me dirijo a ella de nuevo y le comento que si considera positiva su experiencia como empresaria "...si, positiva...pero ahora no beneficio, sólo gasto, gastar nada mas...yo he cogido dinero del banco para empezar y yo he dicho que la ayuda que me da me quedo con la tienda, pero esto no...no vendo mucho, crisis...". Aludo a si percibe diferencias entre las empresarias españolas y las empresarias foráneas "...depende, si una mujer empresaria tiene más facilidad si tiene un local propio...si tiene mucha gente que puede ayudarla para empezar si...pero yo he empezao con cero, viene la ayuda y tarde...mujer española y extranjera igual". Cuando terminamos la entrevista me despido de ellos, les doy las gracias y me dicen que si me interesa algo más que los llame por teléfono. El hecho que Fátima viniese acompañada de un varón no sé si se debe a una cuestión de vigilancia patriarcal o como consecuencia de su desconocimiento del idioma. Siempre quedará esa duda.

7.3. LIN

He llamado a Lin. He quedado sobre las doce y cuarto en su restaurante, imposible que nos veamos en el CMIM ya que ella, según me comenta por teléfono, está muy liada. Paso la mañana en el Centro y cuando se acerca la hora voy hacia la calle que me ha dicho. Salgo con tiempo, ya que al no ser de Roquetas, puedo tener dificultades para encontrarlo. Tardo unos diez minutos en llegar. Por el camino pienso en el tipo de mujer que me voy a encontrar y las dificultades que se me pueden presentar para obtener información, ya que como es sabido, la comunidad china no parece muy accesible a las investigaciones.

Llego al restaurante, y me encuentro a una rumana y a un compatriota suyo limpiando el local. Pregunto por Lin y me dicen que es la mujer que está detrás de la barra. La impresión que me da es la de ser una mujer distante. Me presento, se presenta y comienzo a charlar con ella para romper un poco el hielo. Como pensaba, me va a costar trabajo sacar información, ya que va midiendo cada palabra desde su presentación. Va ataviada con ropa de trabajo, pantalón negro y camisa blanca, pelo recogido en coleta. La entrevista me va a resultar un poco incómoda, ya que se va a desarrollar de pie, con la separación de una barra y con música de fondo oriental. En todo momento me siento observada por sus dos trabajadores.

Lin (nombre ficticio) nace en China hace cuarenta y nueve años. La verdad es que no aparenta la edad que dice tener (en todo momento le he echado menos). Tiene formación equivalente a Educación Secundaria Obligatoria y es la propietaria de este restaurante chino.

Comienzo preguntándole el tiempo que hace que llegó a España. Sus palabras son escuetas “...llego a España hace die años, en año dos mil uno...aquí Almería, porque plima estaba aquí...”. Me quedo esperando más información pero esas son las únicas palabras que me dice de su llegada a nuestra provincia. Sigo desarrollando mi guión ante la brevedad de sus intervenciones. A continuación le pregunto si vino sola o por reagrupación familiar y me dice que sola. Se abre un silencio y ante mi incomodidad le comento que si tuvo dificultades para encontrar trabajo y de qué tipo “...idioma si, pelo yo tenía trabajo en restaulante de plima, aquí...”. A todo esto el empleado chino se pone a hablar con ella y continúo. Le comento que cuáles fueron los motivos que le llevaron a crear su propia empresa “...no sé, dinelo...en año dos mil sei restaulante plima, plima salió a otro sitio, a Holanda...vendió restaulante...quedé restaulante...en China tlabajaba en restaulante chino pelo no mío...” A continuación le comento que si

ha pedido alguna ayuda o subvención a alguna institución o entidad. Su compatriota me mira, y en ese momento empresaria y compatriota se ponen a hablar entre ellos. No entiendo nada, ya que lo hacen en chino y al momento me dice “...no ayuda, solo plimos y familia...”. Deduzco que no quieren que sepa nada más. Se ha producido un momento de tensión, y lo he notado. En cuanto a si el negocio le aporta beneficios ha sido tajante y concisa “...si, benefisios...”. Para terminar le intento explicar para que me entienda, de manera fácil que si ve diferencias entre ella y una empresaria española y dice “...si, hay difelensias, porque idioma...gente de fuela no entiende ley, no sabe ley...y aquí las mujeles tienen más opciones...”

Me despido de ella y de sus trabajadores, que en todo momento han dejado de hacer sus cosas para estar pendientes de la conversación y le doy las gracias.

No es que la entrevista haya sido fluida, pero he conseguido información.

7.4. ROMINA

He quedado con Romina. A esta chica la conozco con anterioridad, por eso ya había estado hablado con ella para decirle que si le importaba que le hiciese una pequeña entrevista para un estudio de la Universidad y me dijo que no había ningún problema, que cuando quisiese estaba disponible. Quedo con ella a la hora que me dice, a las ocho de la tarde, y lo hacemos en una cafetería del centro de Roquetas. Es una chica que se cuida, viene con ropa deportiva y se pide una coca-cola light. Yo la acompaño y me tomo una coca-cola normal. Me va a resultar muy cómodo, porque es conocida, aunque me tengo que ceñir a mi guión.

La expresión de su cara y el color de sus ojos transmiten serenidad, y su voz tan melosa con ese toque argentino me inspira confianza.

Romina (nombre ficticio) nace en Argentina hace cuarenta y tres años. Es Licenciada en Turismo y actualmente es propietaria de una tienda de “chuches” o “punto caliente” como lo llama ella.

La dejo que comience a hablar y para ello le pregunto que cuándo llega a España *“...hace diez años, vine en el año dos mil uno...primero vine a Madrid, vendí todo lo que tenía en mi país, las propiedades, mi casa, la tele, todo, para venir acá...y hace seis años me vine para Almería...”*. Observo que le da nostalgia recordar lo que dejó en Argentina, en su país, pero al momento esboza una sonrisa. Le pregunto que si vino sola o por reagrupación familiar y me comenta *“...hemos decidido los dos venir, pero yo me vine primero y mi marido, que entonces era mi novio, vino después con una beca...mi marido es arquitecto y con abuelos españoles...”*. Me resulta curioso saber que los abuelos de su marido son españoles, le pregunto que si son gallegos y se empieza a reír *“...no, son malagueños...”*

En un paréntesis que hacemos, es ella la que se interesa por mi máster (ya que hace tiempo le dije que lo estaba haciendo). Ella me comenta que está muy bien que me siga formando y que las cosas están mal en España pero no hasta el punto en que llegaron a Argentina. A colación le pregunto yo sobre las dificultades que tuvo para encontrar trabajo en nuestro país y me dice *“...no tuve dificultades para encontrar trabajo, trabajé como teleoperadora para una banca telefónica, he estado limpiando casas, he hecho de todo...llevo toda la vida trabajando, en Argentina estudiaba y trabajaba, no se me caen los anillos...”* Como se que tiene su empresa, le digo que cuales fueron las razones que le llevaron a crearla y en qué año *“...acá en Almería no había trabajo...lo monté en el año dos mil seis, una especie de panadería, croasantería, lo que llaman punto caliente,*

porque se vende de todo un poco, pero no productos que elaboren ahí, chucherías, frutos secos, cotillón, cosas para niños...también productos de mi país como mate o dulce de leche...de ahí que tenga clientes de mi país, españoles, ecuatorianos,...en Argentina había sido empresaria, tenía un negocio de comida rápida, arrositería..."

Ante la cuestión de si ha pedido ayudas o subvenciones para crear su empresa, me mira y sonrío "...¿acá?, sí...yo la hice con un proyecto de La Caixa conjunto con el Ayuntamiento y aparte Comisiones Obreras, le presenté el proyecto y me dieron una ayuda, seis mil euros a fondo perdido...la Junta no, no me ha dado nada...". En cuanto a la cantidad me comenta "...bueno, no son suficientes, pero es una ayuda...a mi me ha servido, me dieron una ayuda a fondo perdido con un crédito muy bajo, un interés para pagarlo en cinco años con el convenio de la Banca y Ayuntamiento..."

Hacemos un paréntesis y nos pedimos otra coca-cola. Le pido que me acompañe a la calle a echar un cigarro, no le ofrezco porque se que no fuma. Una vez terminado volvemos a entrar a la cafetería. Ahora nos ponemos serias y sigo con mi trabajo. A continuación le digo que valore su experiencia y que si la considera positiva "...si, hasta el momento no me está aportando muchos beneficios, por el tema de que el primer año porque es el primero, de prueba...el segundo porque hicieron una remodelación de la calle que perjudicó a muchas personas, y ahora...porque estamos en crisis, se vende, pero no como antes..."

No considera que existan diferencias entre las mujeres empresarias en general, ni por ser españolas ni por ser extranjeras "...no hay diferencias...". Está muy a gusto en nuestro país y no quiere volver, porque su vida está aquí. Echa de menos a su familia, y recientemente ha ido a Argentina a verla.

Me ha encantado profundizar en su vida, porque ha sido una gran experiencia. Seguimos hablando de otros temas, que por confidencialidad no puedo expresar en este trabajo. Es una persona fuerte y luchadora y así me lo ha demostrado.

7.5. KATIA

Estoy esperando a Katia. Antes de quedar con ella, días atrás, había ido a su tienda a visitarla, ya que me habían comentado que era empresaria, y pedirle que si no le importaba que quedásemos un día para que fuese al CMIM y que me contase su experiencia como tal en nuestro país, para una investigación que estaba haciendo. Muy educadamente me respondió que estaba muy liada, pero que “...*quedamos después de Semana Santa, cuando me deslíe un poco...*”.

La impresión que tuve de ella fue muy buena. Una mujer bastante guapa, accesible y comunicativa. Hablaba muy bien nuestro idioma.

Hoy es el día. He quedado a las nueve y cuarto de la mañana. Pienso que se le va a olvidar, porque cuando hablé con ella fue días antes de Semana Santa, pero me equivoco. Se abre la puerta y ahí está.

Aparece vestida con un traje de chaqueta con pantalón oscuro, pelo suelto y apenas sin maquillar.

Me levanto, la recibo, nos damos dos besos y la invito a que pase a mi despacho. Es una chica bastante educada. Me impresiona su puntualidad y su elegancia.

Comentamos por encima las vacaciones y empiezo la entrevista.

Katia (nombre ficticio) nació en Rusia hace treinta y ocho años. Es Diplomada en Magisterio Infantil. Actualmente es propietaria de una tienda de costura (arreglos).

Le comento, como a todas las anteriores, que me diga cuánto tiempo hace que vino a nuestro país “...*hace dies años, en el año dos mil uno...vine a Almería directamente, porque aquí vivía mi tía, que ya está en Rusia, con su familia...y he venido yo con ella porque antes era más fásil encontrar trabajo, me quedé con ella un tiempo y luego ella ha desidido irse, hase un par de años, cuando terminó el trabajo, ella estaba en almasén y su marido igual...*”. Le digo que si vino sola o por reagrupación familiar, y me comenta que sola. A continuación, como la veo muy resuelta, le pregunto que si tuvo dificultades cuando llegó para encontrar trabajo, de qué tipo y el trabajo que había desempeñado “:...*como mi tía estaba aquí, digamos que es más fásil encontrar trabajo sin papeles...de prinsipio si, el idioma es complicado, como no entiendes nada...pero yo he tenido suerte, he llegado hase dies años y tengo mi negocio...bueno, yo estaba trabajando en mi casa para las tiendas de novia, un par de años, pero cuando trabajas en casa no tienes horarios, las tiendas te llaman cuando quieren y te disen los arreglos tienen que estar para mañana y los tienes que tener, pagan poco...*”. La llaman por

teléfono y atiende la llamada, tenemos que hacer una pausa. Después me pide disculpas y seguimos.

Le pido que me diga cuáles fueron los motivos que la llevaron a crear su propia empresa y que si tenía experiencia como tal “...como te he dicho, yo estaba trabajando en mi casa para las tiendas, y he desidido abrir mi negocio porque cuando trabajas en casa para la calle no tienes horarios, te llaman cuando quieren y pagan poco, entonses me interesaba trabajar para la calle pero para mí, pero es difícil...los gastos para este negocio están caros...empesé en el año dos mil cuatro con el taller de costura, he compraó cuatro máquinas, cada una sobre mil quinientos euro, son caras...en Rusia, mi primera profesión fue con niños y cuatro años antes de venir aquí hice una empresa igual que aquí...”.

Cuando llego a la parte de las ayudas y subvenciones me mira fijamente y habla “...no he resibido ayudas, porque mi asesora me ha dicho que mi actividad no entra, nada, nada...por siete años que tengo yo mi negocio no he resibido nada...”. La verdad que soy yo ahora la que me quedo asombrada y empiezo a comentarle que si no conoce las ayudas del Instituto Andaluz de la Mujer, los microcréditos y las ayudas para mantenimiento de empresas. Me comenta que no, que si la puedo informar y en ese momento le explico algunas cosas por encima. Asiente y me dice “...iré yo personalmente para informarme...”.

Después de esto le digo que si considera su experiencia positiva como emprendedora “...antes si, ahora no...hase tres años que no aporta benefisio, antes sí cuando la gente compraba la ropa, ahora no me recompensa, llego a las siete de la mañana y salgo a las diez...la gente no compra ropa con la crisis, siempre tengo trabajo pero pequeños arreglos y en mi negocio sola no puedo estar, ¿y si me pasa algo? por muchas horas que yo trabajo, no me recompensa, saco después de pagar todo quiniento euro, los arreglos no son como ante...”

Al comentarle que si considera que existen diferencias entre ella y una empresaria española, me mira y se ríe “jajaja...no, te digo que por mi he tenido suerte, no hay diferencias, yo tengo mi negocio, mi local que no es mío pero está alquilado y mis máquinas, mujer española y de fuera iguales...”

Seguimos hablando pero ya de otras cosas, contándome asuntos personales. Al rato nos despedimos. Le doy dos besos y las gracias por haberme atendido. Le estoy robando su tiempo y no la quiero entretener. Me ha encantado conocer su historia.

Roquetas, 26 de Abril de 2011

8. RESULTADOS

En esta parte de la investigación procedemos a analizar los resultados que hemos obtenido con los cinco relatos de vida. Voy a ir punto por punto, siguiendo para este análisis el mismo orden del guión de las entrevistas (son entrevistas semiestructuradas), por tanto este análisis consta de tres partes principales: características sociodemográficas, trayectoria laboral y características empresariales.

En las entrevistas se ha respetado la forma de relatar de las empresarias, su manera de expresarse a través de nuestro idioma (como así viene reflejado), los aspectos que han querido contar así como los que me han relatado de forma confidencial. Se ha establecido un guión para llevar un orden y de esta manera reflejar más fácilmente los resultados conseguidos.

Los resultados del estudio de campo nos revelan una serie de datos que corroboran los estudios realizados por autores como Oso, Ribas, Arjona y Checa, aunque también aparecen otros resultados que difieren de los mismos.

DATOS GENERALES

Nombre	Edad	País de procedencia	Formación	Tipo de negocio
Aminata	45	Senegal	E.S.O	Tienda de alimentos
Fátima	41	Marruecos	E.S.O	Tienda de alimentos
Lin	49	China	F.P	Restaurante chino
Romina	43	Argentina	Licenciatura	Tienda de chucherías
Katia	38	Rusia	Diplomatura	Tienda de costura

De esta primera parte y siempre teniendo en cuenta que no se puede generalizar con estos datos, sino sacar conclusiones relativas a esta pequeña muestra. Esta muestra no tiene volumen para ser representativa pero podemos sacar varias conclusiones:

En cuanto a las características sociodemográficas tenemos que decir que la edad de nuestras emprendedoras oscila entre los treinta y cincuenta años, siendo la edad media de cuarenta y tres años. En cuanto al país de procedencia encontramos empresarias del Continente Africano, Asiático y Americano. El nivel de formación va desde Educación Secundaria Obligatoria, que sería el nivel de formación inferior, a Licenciatura, nivel de formación superior. Curiosamente coincide que las dos entrevistadas que tiene mayor grado de formación son las que han tenido en sus países de origen empresas propias. En cuanto al tipo de negocio están todas relacionadas con el sector terciario. Se caracterizan por ser pequeñas empresas cuya creación no requieren altos costes ni elevada cualificación.

Por otro lado, todas estas mujeres llegan a España en el año 2000. Esta fecha coincide con un ejercicio económico caracterizado por un ritmo de crecimiento elevado, del 4,1 %, aunque a lo largo del año se va a observar cierta tendencia a la desaceleración, relacionada con el gradual debilitamiento del principal motor de la actividad: la demanda interna, y que se mantiene en los primeros meses del año 2001. El fuerte crecimiento del PIB permite la creación de empleo que se traduce en una importante reducción de la tasa de paro. De ahí que España fuese uno de los lugares elegidos por estas mujeres como país de destino. Almería, para la mayoría de las entrevistadas, aparece como primera opción. En esos momentos, nuestra provincia aparece como la segunda provincia española en experimentar un crecimiento poblacional, también en crecimiento de población ocupada y en crecimiento económico, según estudios llevados a cabo.

Todas las entrevistadas, menos la mujer marroquí que lo hizo por reagrupación familiar, iniciaron el proyecto migratorio solas, aunque la emprendedora rusa y la china tenían redes sociales en nuestro país. De esta forma se confirma lo establecido por Juliano (2000:382) la mujer es estructuralmente viajera y se visibiliza como protagonista de estas migraciones.

La segunda parte, en la que hacemos referencia a su trayectoria laboral previa al proyecto empresarial, todas menos la empresaria argentina, han considerado el idioma

como uno de los obstáculos a los que se han tenido que enfrentar a la hora de buscar trabajo a su llegada a nuestro país.

El idioma, efectivamente, les ha limitado el acceso al mercado de trabajo. Esto ha dado lugar a que hayan ocupado puestos de trabajo no cualificados, mal remunerados y en pésimas condiciones antes de haber iniciado su proyecto como emprendedoras, corroborando el estudio de Oso y Ribas, ya que han trabajado por cuenta ajena antes de crear su proyecto empresarial. Por tanto, las deplorables condiciones laborales condicionan su creación como empresarias. De las cinco entrevistadas, la senegalesa y la marroquí han trabajado en los invernaderos de la zona (mientras conseguían los papeles), la china en el restaurante de su prima, la argentina en banca telefónica y la rusa cosiendo para otras tiendas.

En ningún momento han manifestado que se hayan sentido discriminadas por razón de su etnia o género, o así nos lo han hecho ver. El obstáculo principal por tanto ha sido el idioma.

La última parte en la que aludimos a las características empresariales tenemos que decir que los motivos que van a dar lugar a que creen sus propias empresas son comunes a todas ellas, querían salir de la situación laboral que tenían con anterioridad, ya que se trataba de trabajos precarios, mal remunerados y temporales. En los años de creación difieren, ya que va desde el año dos mil cuatro en la cual nuestra empresaria rusa inicia su proyecto hasta el año dos mil nueve con nuestra empresaria senegalesa.

Para nuestras emprendedoras también ha sido un incentivo en la creación de su proyecto las ayudas que han fomentado las diferentes instituciones como la Junta de Andalucía (excepto la empresaria china, que se apoyó en las redes familiares) dirigidas a mujeres autónomas así como las ofertadas por entidades bancarias como La Caixa en colaboración con el Ayuntamiento. También tenemos que exceptuar aquí a la empresaria rusa, ya que no ha pedido ningún tipo de ayuda porque su asesora le había comentado que su actividad no era objeto de subvención.

Resulta curioso observar que el tiempo que tardan las mujeres empresarias en crear su proyecto empresarial es igual al de sus colegas empresarios étnicos. La media de estas mujeres para montar su negocio es de cuatro a seis años desde que llegan a Almería. Como señala Arjona y Checa (2006) el empresario extranjero que instala un negocio en

Almería tarda entre cuatro y seis años de media para conseguirlo.

En cuanto a los productos ofertados por sus empresas, como hemos visto con anterioridad, son variados pero con un punto en común, todos van a estar relacionados con el sector servicios. Las empresarias senegalesa y marroquí, ambas con tiendas de alimentos, ofertan productos de sus países así como de otros, de tal forma que consiguen captar como clientela no sólo a sus compatriotas sino también a personas de otras nacionalidades, con el objetivo de rentabilizar al máximo su negocio. La empresaria china regenta su restaurante y oferta comida típica de su país, la empresaria argentina, con una tienda de golosinas, no sólo oferta productos españoles para los niños (golosinas, gusanitos,...) sino también de su país (mate y dulce de leche) con el objetivo de atraer no sólo a clientela nacional, sino también a la latinoamericana. La empresaria rusa al tener un taller de costura oferta sus servicios indistintamente, teniendo clientela de todas las nacionalidades.

De nuestras cinco mujeres, tres no han tenido experiencia previa como empresarias ni en sus países de origen ni en España, si no que han trabajado por cuenta ajena, han conseguido ahorrar dinero y posteriormente se han instalado como autónomas, a excepción de la argentina y la rusa, que en sus países de origen ya habían creado su propio negocio.

Nuestras empresarias (excepto la asiática, que se apoyó en la red familiar y la argentina que lo hizo a través de un convenio Caixa-Ayuntamiento) han recibido las ayudas de la Junta de Andalucía para constituirse como autónomas. Se han informado en el Centros Municipal de Información a la Mujer (CMIM) de Roquetas y en la sede de Andalucía Orienta. Por las conversaciones mantenidas con ellas, no conocen otras ayudas como las creadas para el mantenimiento de sus empresas ofertadas por la misma Administración Autonómica ni tampoco son conocedoras de los microcréditos ofrecidos por el ICO, o siéndolo no han hecho referencia a las mismas. Las que se han beneficiado de las mismas consideran que no es suficiente la cantidad de las ayudas económicas recibidas, ya que como ellas mismas reconocen, son muchos los gastos a los que tienen que hacer frente y pocos los beneficios que le han aportado. Se quejan no sólo de la tardanza en la concesión de las mismas si no también en su justificación.

Aún así, con el escaso margen de beneficios que obtienen, todas consideran positiva su experiencia como empresarias. Su negocio les hace ser “independientes” y trabajar en

cierta forma en lo que les gusta, aunque suponga para ellas un sacrificio personal, familiar e incluso económico.

No existe unanimidad en si hay diferencias entre ellas y las empresarias españolas. Las emprendedoras foráneas que así lo perciben lo hacen en razón de que las autóctonas lo tienen más fácil para constituir su proyecto empresarial ya que suelen tener local propio, una red que les preste asistencia económica y familiar así como ventajas para pedir créditos a las instituciones financieras. Las que consideran que no existen diferencias es porque no las perciben como tales y se consideran en igualdad de condiciones que sus colegas españolas.

9. CONCLUSIONES

La crisis económica de España y de todo el panorama internacional así como las consecuencias que dicha situación está generando en el mercado laboral, marcan el actual flujo de movimientos migratorios.

Almería es y sigue siendo, dentro de la Comunidad Autónoma Andaluza, uno de los destinos elegidos por el colectivo inmigrante. Las características geográficas, sociales, económicas, laborales y contextuales de nuestra provincia la perfilan como una de las preferentes de llegada. La internacionalización de nuestra economía y nuestras empresas, especialmente ligadas a la agricultura intensiva bajo plástico, el turismo y la industria del mármol, requieren la presencia de mano de obra extranjera. Nuestra estructura económica y empresarial está permitiendo desarrollar un modelo de crecimiento sostenido a la vez que permite generar empleo y riqueza².

Pero lo que tenemos que destacar no es ya la venida de población foránea a nuestra provincia, sino la contribución que están haciendo a nuestra economía en general, no sólo aportando la mano de obra necesaria para “ciertos trabajos” que los autóctonos rechazan, sino también porque están creando pequeñas y medianas empresas que están favoreciendo la zona en la que se están ubicando, de ahí el reciente concepto de economía étnica. Y dentro de esta nueva generación de empresarios, hemos de destacar el importante papel que está jugando la mujer extranjera como emprendedora, como hemos visto a lo largo de esta investigación. Estas mujeres suelen iniciar la migración de forma solitaria, abandonando su país de origen, su familia y renunciando a todo, para comenzar una nueva vida en nuestro país. A su llegada suelen tener dificultades para encontrar trabajo, no sólo por el idioma, sino también porque no suele corresponder su formación con los nichos laborales ofertados. Muchas de ellas aceptan en un primer momento este tipo de trabajos ya que va a ser la única fuente generadora de ingresos y a su vez el trampolín para iniciar su proyecto empresarial. Este proyecto es concebido como una forma de movilidad social, como escapatoria a la precaria situación laboral o como única salida ante esta situación adversa. Es cierto que la mayoría de ellas, en nuestro caso, no han sido empresarias en sus países de origen, pero aún contando con escasos recursos y con el apoyo familiar, han conseguido llevar a cabo su proyecto

² La economía almeriense ha experimentado un importante proceso de incorporación de tecnología al proceso productivo, especialmente en el sector agrícola y en el sector de la industria del mármol. Esto ha permitido incidir en una mayor producción y en una producción de calidad.

empresarial. Las iniciativas empresariales contribuyen a que negocios que han sido abandonados por la población autóctona sean ocupados por empresarias extranjeras. Son pequeñas empresas en las que ofertan productos de sus países y productos autóctonos con el fin de rentabilizar al máximo su actividad, de tal modo que no les importa, aunque esto suponga un sacrificio personal y familiar, horarios de apertura de hasta doce horas así como trabajar los fines de semana y festivos. Aunque los beneficios no sean muchos, les reporta cierta estabilidad, independencia y reconocimiento por parte de los coetáneos, hasta el punto que están inmersas en Asociaciones siendo hasta las Presidentas de las mismas.

Es cierto que existen políticas públicas dirigidas a las mujeres autónomas en general, pero son pocas, y después de nuestra investigación afirmamos que no existe ninguna política pública a nivel estatal, autonómica o local dirigida específicamente a las emprendedoras extranjeras. Se han elaborado Planes de ayuda para la orientación, creación y seguimiento de estos proyectos empresariales femeninos, así como los microcréditos, pero hay un gran desconocimiento por parte de esta población foránea, aunque es cierto que cuando han solicitado información a cualquier Administración, ésta se la ha facilitado.

Puesto que la salida a esta crisis económica está en manos de las pequeñas y medianas empresas, que son el motor de cualquier estructura económica, los Gobiernos tanto centrales, autonómicos y locales, deberían fomentar, incentivar y subvencionar estos proyectos empresariales, ofertando una cantidad razonable para iniciar los proyectos, así como estudiar su viabilidad y arropar, en cierto sentido, a aquellos colectivos, entre las que incluimos a las mujeres en general, que por cualquier razón se encuentren en condiciones menos favorables para desarrollar su proyecto.

Para terminar y después del estudio de campo realizado y de la información obtenida se refuta la hipótesis de la cual partía este trabajo de investigación. No existen políticas públicas dirigidas específicamente a mujeres empresarias inmigrantes. Hay planes, asesoramiento, evaluación de proyectos y microcréditos dirigidos a empresarias autónomas pero no medidas dirigidas realmente a fomentar, incentivar y llevar a cabo los proyectos empresariales de las mujeres inmigrantes.

Este trabajo, cualitativo y con una muestra reducida, es sólo un primer acercamiento a una temática interesante y poco conocida en nuestra provincia, a pesar del número que

representan estas empresarias en Almería y más concretamente en el municipio de Roquetas de Mar. Se han hecho numerosos estudios sobre la inmigración masculina pero han sido pocos los que han tenido como protagonistas a las mujeres empresarias inmigrantes. Hemos querido reflejar el importante papel que ejercen estas mujeres en nuestra economía así como los servicios que ofertan a sus coetáneos y a la sociedad en general. La creación de estos negocios femeninos están dando lugar a procesos de movilidad social ascendente así como a la génesis de una nueva clase de emprendedoras. La mujer confirma de esta manera su autonomía laboral y su asentamiento en nuestra provincia.

En posteriores investigaciones, se intentará profundizar más en esta temática haciendo hincapié en otros colectivos de mujeres que se están consolidando en nuestro país, nuestras comunidades y provincias, resultando de especial interés a la salida de esta crisis económica.

10. ANEXOS

10.1. GUIÓN REGISTRO ENTREVISTAS EMPRESARIAS INMIGRANTES

A) DATOS PERSONALES

B) CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- 1.- ¿Cuántos años hace que llegaste e España?
- 2.- ¿Viniste directamente a Almería o estuviste en otro sitio antes?
- 3.- ¿Por reagrupación familiar o sola?

C) TRAYECTORIA LABORAL

- 1.- ¿Tuviste dificultades para encontrar trabajo? ¿De qué tipo? ¿En qué trabajaste cuando llegaste a nuestro país?

D) CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES

- 1.- ¿Qué te motivó a crear tu propia empresa? ¿En qué año? ¿Qué tipo de producto? ¿Habías trabajado antes en tu país como empresaria?
- 2.- ¿Qué ayudas has recibido? ¿De qué institución? ¿Crees que son suficientes?
- 3.- ¿Consideras positiva tu experiencia como empresaria?
- 4.- ¿Crees que hay diferencias entre las mujeres empresarias españolas y las mujeres empresarias extranjeras?

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arjona, A. (2004). *Inmigración y mercado de trabajo. El caso de la economía étnica en Almería*, Almería. Universidad de Almería.

_____. (2005). *La economía étnica en el mercado de trabajo almeriense*. Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias. Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía.

Arjona, Á. y Checa J.C. (2006). “Empresariado extracomunitario en Almería: estructuras de oportunidad, características del grupo y estrategias étnicas”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm 115, pp. 297-317.

Audretsch, D. (2003). “Entrepreneurship: A Survey of the Literatura”. *Enterprise Paper*, núm 14, pp. 1-73.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2003). “Libro verde. El espíritu empresarial en Europa”. *Bruselas: Publicaciones de la D6*. Empresa 2003.

Gualda, E. (2005). “Segmentación de los mercados de trabajo, sexo y nacionalidad: pautas de contratación de hombres y mujeres extranjeros en Andalucía”. *I Jornadas de Sociología. El cambio social en España. Visiones y retos del futuro, organizadas por el Centro de Estudios Andaluces*.

Informe del Consejo Económico y Social. España (2000). “Economía, trabajo y sociedad. Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral”. *Colección de Memorias*, núm 8.

Juliano, D. (2000). “Mujeres estructuralmente viajeras: estereotipos y estrategias”. *Papers*, núm 60, pp. 381-389.

Kloosterman, R. (2003). “Immigrant entrepreneurship and the institutional context: a theoretical exploration”, en J. Rath (ed.) *Immigrant Businesses: the Economic, Political and Social Environment*, New York, St. Martin Press, pp. 90-106.

Kontos, M. (2000). “Self-Employment of Migrant Women and Ethnic Structures”. En: *Ethnic Neighborhoods in European cities: Entrepreneurship, Employment and Social Order* (Cologne).

- Krugman, P. (2009). *El retorno de la economía de la depresión y la crisis actual*. Crítica. Barcelona.
- Light, I. y Bhachu, P. (1993). *Immigration and Entrepreneurship: Culture, Capital and Ethnic Networks*. Transaction Publishers.
- Martínez, P. (2007). *Empresas familiares inmigrantes*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona. *Papers*, núm 85, pp. 229-231
- Martínez, U. (1997). *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Trotta, Madrid.
- Oso, L. (2004). *El empresariado étnico como una estrategia de movilidad social para las mujeres inmigrantes en España*. Barcelona. Informe inédito de investigación. Fundació CIDOB.
- Oso, L. y Ribas, N. (2006). “Un campo de estudio para el empresariado étnico en España”. *Empresariado étnico en España*, Madrid. Fundació CIDOB. Observatorio Permanente en España.
- Oso, L. y Villares, M. (2005). “Mujeres inmigrantes latinoamericanas y empresariado étnico: dominicanas en Madrid, Argentinas y Venezolanas en Galicia”. *Revista Galega de Economía*, Vol. 14, núm. 1-2, pp.1-19.
- Parella, S. (2005). “Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España”. *Política y cultura*, núm. 23, pp. 257-275.
- Riesco, A. (2003). “Enclaves y economía étnicos desde la perspectiva de relaciones salariales”. *Cuaderno de relaciones laborales*, Vol. 21, núm. 2, pp. 103-125.
- Sáiz, A. (2004). “La migración china en España”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, núm. 68, pp. 151-163. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Solé, C. (2003). “The labour market and racial discrimination in Spain”. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Vol. 29, núm. 1, pp 121-140.
- Torrero, A. (2008). *La crisis financiera internacional*. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, Universidad de Alcalá.
- Trinidad, M.L. (2000). “Procesos migratorios, economía y personas”. *Colección de*

Estudios Socioeconómicos Mediterráneo Económico, núm. 1.

Waldinger, R. Aldrich, H y Ward, R. (eds) (1990). “Ethnic entrepreneurs and ethnic strategies”. *Ethnic entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial societies*, Londres, Sage.

ENLACES WEB CONSULTADOS

<http://www.bancomujer.org>

<http://www.e-inmigrantes.net>

<http://www.juntadeandalucia.es/empleo>

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer>

<http://www.meh.es>

<http://www.mir.es>

<http://www.msps.es>

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN ESTUDIOS DE GÉNERO:
Mujeres, Cultura y Sociedad.**

PARTE (II) PRÁCTICAS EXTERNAS

**CENTRO MUNICIPAL DE INFORMACIÓN A LA MUJER.
EXCMO. AYTO DE ROQUETAS DE MAR.**

1. INTRODUCCIÓN

Las prácticas las he realizado en el Centro Municipal de Información a la Mujer, que depende de la Concejalía de Mujer y Empleo del Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar, sito en Roquetas de Mar (Almería).

2. FUNCIONES DE LA INSTITUCIÓN

El Centro Municipal de Información a la Mujer (CMIM) es un organismo creado por el Ayuntamiento de Roquetas de Mar que tiene como función prestar un servicio destinado a las mujeres, para que puedan acceder a una igualdad formal y efectiva, donde se llevan a cabo acciones en el campo Jurídico, Psicológico, Laboral, Educativo, Social y Asociativo.

Su importancia radica en disponer de un espacio donde las mujeres son informadas de sus derechos y encuentren cauces de actuación y participación, a través de acciones de información, sensibilización, participación, prevención e intervención integral a éstas y a sus familias.

El CMIM dispone de las siguientes herramientas con las que se desarrolla toda la labor como organismo de igualdad:

Departamento de información , participación y psicológico

a) Información:

- Recepción de usuarias y primera orientación.
- Derivación a servicios especializados y otros.
- Información y organización de actividades, cursos de formación, participación (asociacionismo) y otros.
- Registro de usuarias, correo y publicidad.
- Memorias anuales del centro.

b) Psicológico:

- Terapias individuales, familiares y de pareja: agresiones y maltrato en el ámbito familiar o doméstico, separación y divorcio, relaciones conflictivas de pareja y familiares, discriminación laboral por razón de sexo, violencia sexual y otros.
- Terapias grupales para mujeres víctimas de violencia de género.
- Talleres de coeducación dirigidos a la comunidad educativa.
- Talleres de igualdad de género.

c) Participación:

- Fomento de la participación de las mujeres en todos los espacios de la vida social y cultural en igualdad de condiciones.
- Asesoramiento en actividades y programas, constitución y legalización de asociaciones y subvenciones.
- Funcionamiento y dinamización de asociaciones de mujeres y otros colectivos mixtos.
- Coordinación y desarrollo de programas de coeducación con los centros educativos del municipio.
- Elaboración, gestión y coordinación del Programa Anual de actividades del centro.

Departamento jurídico

Información, asesoramiento e intervención en:

- a) **Derecho civil:** separación, divorcio, nulidad, alimentos, regulación de relaciones paterno-filiales.
- b) **Derecho penal:** lesiones, malos tratos, delitos contra la libertad sexual, máxima protección de la mujer víctima, derivación y gestión de recursos (Centro de Madres Jóvenes, Casa de Emergencia, Casa de Acogida, Servicio de Prevención y Reinserción de Mujeres prostitutas), gestión de ayudas económicas a víctimas y protección jurídica.
- c) **Derecho laboral:** información y asesoramiento de los derechos y obligaciones derivados de las relaciones contractuales, así como discriminación laboral.

Programa UNEM (Unidad de Empleo de la Mujer)

- Orientación y técnicas de búsqueda de empleo y medidas de fomento del mismo.
- Asesoramiento en autoempleo, formas mercantiles de crear empresas y seguridad social derivadas de las mismas.
- Organización de Módulos de Orientación al autoempleo para completar la formación en proyectos empresariales.
- Orientación y gestión de subvenciones.

Programa anual de actividades

- Campañas de sensibilización y concienciación de la población en temas de género e igualdad.
- Formación en nuevas tecnologías.
- Talleres y cursos de diversa índole demandado por las mujeres.
- Actividades culturales, de ocio y tiempo libre.

Documentación y biblioteca de género

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Las prácticas las empecé el día 4 de Abril del año 2011 y las terminé el día 27 de Abril de ese mismo año. El horario ha sido de 9 de la mañana a 1 de la tarde.

Mi trabajo ha consistido en ver el funcionamiento de los diferentes órganos del centro, informarme sobre las funciones que ejercen cada una de las profesionales del mismo, los servicios que prestan a las mujeres, obtener información a cerca de las ayudas y subvenciones que existen para las mujeres empresarias visitando el Centro Municipal de Extranjería y el Centro Andaluz de Emprendedores, contactar con las empresarias étnicas y entrevistarlas, así como realizar la investigación de campo para el Trabajo de Fin de Máster.

4. CONCLUSIONES

Destacar la importante labor a nivel municipal que ejercen estos Centros de Información a la Mujer, no sólo por los servicios que ofertan si no también por las funciones ejercidas por las profesionales que están al frente.

Durante mi breve estancia me ha sorprendido el gran número de mujeres que han pasado por este centro por diversos motivos: obtener información para solicitar los trámites de divorcio, realizar terapias grupales (en el caso de las mujeres maltratadas), recibir formación en los diferentes cursos puestos a su disposición, visitas guiadas.

Es un espacio reservado a nosotras, donde se ofertan toda una gama de servicios y actividades dirigidas al sector femenino.

Este centro recibe a cualquier mujer con independencia de su nacionalidad o idioma. Importa la mujer en sí, su situación, sus condiciones, sus derechos y su bienestar. El principal objetivo es la mujer y Roquetas, como ciudad de recepción de inmigrantes, no podía prescindir de este Centro, ya que como sabemos, si las mujeres ya de por sí estamos en situación de desventaja y desigualdad por razón de nuestro género, las inmigrantes están sometidas hasta una triple discriminación; por el hecho de ser mujer, por su clase social y por ser inmigrante.

La mayoría de estas mujeres inmigrantes, bien por el idioma o por el escaso nivel formativo, no suelen conocer sus derechos, obligaciones o simplemente a las entidades que se tienen que dirigir para realizar determinados trámites o actuaciones burocráticas, y este centro vela por ellas y por las autóctonas, ofertándoles los servicios anteriormente mencionados.

Si bien es importante el trabajo de la informadora y asesora jurídica, también destacar el esfuerzo del elenco de personas que trabajan para el Centro en sí. Lo que comienza como una actividad laboral, se llega a convertir en un reto personal de las mujeres con las mujeres. Creen en lo que hacen y por lo que hacen. Están comprometidas e involucradas en la causa de la mujer. Luchan y se esfuerzan por conseguir cursos, orientarlas en todo lo que necesiten y esté en sus manos, e informarlas en aquello que esté a su disposición y a su alcance.

El Centro me ha facilitado llevar a cabo mi investigación, ya que me ha permitido el contacto con una serie de mujeres empresarias inmigrantes. Ha sido una experiencia enriquecedora en todos los sentidos.

5. ANEXOS

Guión de las entrevistas hechas a las mujeres inmigrantes empresarias (se puede ver en el Trabajo Fin de Máster).