

Ubicación espacial de los negocios étnicos en Almería. ¿Formación de enclaves económicos étnicos?

Space location of the ethnic business in Almería Ethnic enclave economy formation?

ÁNGELES ARJONA GARRIDO*
JUAN CARLOS CHECA OLMOS*

En España la proliferación de negocios regentados por inmigrantes es incipiente, aunque esto no impide que las iniciativas empresariales se estén expandiendo en ciudades o municipios receptores de inmigración¹. Por tanto, en las zonas de mayor concentración de inmigrantes son visibles los negocios de titularidad extranjera; surgen de una nueva lógica económica creada para ellos mismos y están transformando el paisaje urbano. La instalación de estas empresas es, por un lado, la respuesta a una demanda de productos que no están satisfechos en el comercio autóctono; por otro, la alternativa laboral a un mercado segmentado y precario.

Sin embargo, el proceso de la instalación como autónomo nunca resulta fácil, y los beneficios no son elevados, debido, entre otras razones, a la importancia de los contextos de recepción². Los inmigrados despliegan, ante esto, una serie de estrategias: abaratan costes utilizando mano de obra cercana –familiares y amigos–, mantienen largas jornadas

* Universidad de Almería.

1. La literatura que aborda esta situación en nuestro país no es muy amplia, aunque no faltan estudios de casos para ciudades o barrios concretos (véanse, entre otros, Beltrán, 2000; Moreras, 2002; Cebrián y Bodega, 2002; Cebrián, Bodega y Bordonado, 2004; Solé y Parella, 2005; Arjona, 2006).

2. Seguimos el trabajo de Portes y Böröcz (1992) donde distinguen entre contextos de recepción hostiles, neutros y favorables.

abiertos, venden productos de bajo precio y, lo más ventajoso, surten a los coétnicos. Así, cuentan con una clientela que recurre a ellos por lealtad y solidaridad. En este punto cobra sentido la ubicación del negocio, próximo al asentamiento de los inmigrados, sobretodo de sus compatriotas; en suma, donde puedan hacer uso de las redes sociales en el éxito de la empresa.

Puesto que Almería es una provincia receptora de inmigración, nos interesa analizar dónde se instalan negocios étnicos y si se concentran con alguna razón que responda a los intereses del grupo, así podremos resolver la cuestión que motiva este trabajo: ¿estamos ante la aparición de enclaves económicos étnicos? Para responder definimos qué es un enclave económico étnico y, posteriormente, presentamos, con la ayuda de distintos planos, la localización de los asentamientos de inmigrados, atendiendo a grandes zonas de origen y la posterior ubicación de sus negocios.

EL MARCO CONCEPTUAL

Cuando los inmigrados se incorporan a una sociedad de destino hacen frente a una serie de desventajas y situaciones laborales conflictivas que no padecen, en igual medida, los autóctonos: primero, la dificultad de hacer valer su *cápital humano*. Segundo, la *etnodiscriminación* en el acceso a determinados puestos de trabajo. Y, tercero, la *competencia por empleos* de un mercado altamente segmentado.

Ante esta realidad algunos inmigrados intentan superar la obligada incorporación a determinados nichos laborales instalando un negocio por cuenta propia, en un proceso complejo que puede entenderse en el marco de la *economía étnica*.

Light (1972), Bonacich y Modell (1980) fueron los primeros en desarrollar el concepto de *economía étnica*. Para su construcción diferenciaron primeramente el empleo que se genera dentro de la *economía general*, del empleo que las minorías empresarias crean para sí mismas. Estos autores afirman que la *economía étnica* incluye cualquier persona inmigrante que sea empleador, autoempleador o que esté empleado en empresas co-étnicas. Reitz (1980) la definió como el contexto de trabajo donde los coétnicos utilizan una lengua extranjera, los empleados son coétnicos y los productos van destinados a su comunidad. En este sentido, "el contorno de una *economía étnica* está

definido por raza, etnicidad u origen nacional, caracterizándose por alcanzar ventajas en las relaciones entre propietarios de negocios y entre propietarios y trabajadores del mismo origen nacional” (Logan, Alba y McNulty, 1994, pág. 698).

Analizar los diferentes conceptos que han surgido de la instalación empresarial de los extranjeros es una tarea compleja; en la literatura internacional existe, sin embargo, cierto consenso en torno a la red conceptual que trata de explicar situaciones diferentes dentro de la economía étnica, de este modo encontramos a las minorías intermediarias (*middleman minorities*), empresarios de enclave y enclave económico étnico³.

Lo primero que cabe analizar es la diferencia entre las minorías intermediarias y los empresarios de enclave. La particularidad esencial del primer tipo es el autoempleo en empresas familiares ubicadas en barrios pobres o guetos de inmigrantes, ocupando los nichos laborales del sector secundario abandonados por los autóctonos. Aunque en la actualidad también se han insertado en barrios de clase media con actividades dedicadas al sector servicios. Pero, en cualquier caso, apenas establecen lazos con las estructuras sociales de la comunidad en la que ellos dirigen sus actividades económicas. Así, por ejemplo, en la investigación con las comunidades de japoneses en Norteamérica, Bonacich (1975) muestra la importancia de los lazos que se establecen entre sí, frente al rechazo mostrado por parte de la sociedad donde se instalan. El ejemplo de esta figura sería un marroquí que regenta un negocio en un barrio donde residen fundamentalmente senegaleses.

Por su lado, los empresarios de enclave quedan definidos principalmente por la coetnicidad, tanto en el uso de las estructuras sociales, como en la ubicación. Esto es, son negocios que operan en barrios de inmigrantes donde la mayoría son coétnicos –condición que no se da con las minorías intermediarias– y existe un sistema de relaciones sociales que les hace autosuficientes, aquí cobra fuerza la hipótesis de la solidaridad étnica. Light (1972) demuestra que cuando esta solidaridad funciona las empresas étnicas no tienen necesidad de abastecer a otro mercado abierto. Siguiendo con el ejemplo anterior, en este caso el marroquí abastece a otros marroquíes que viven alrededor.

En uno y otro modelo, la diferencia está condicionada por las estructuras sociales y relacionales de las transacciones económicas. Aunque

3. Para una mayor profundización tanto de los conceptos, como de las corrientes teóricas, véase Arjona y Checa, 2006.

estas diferencias no tienen unos límites sociológicos perfectamente definidos, puesto que ¿cómo se llamaría al empresario marroquí que se ubica en un barrio de mayoría marroquí pero que su clientela principal es de otra comunidad –rumanos– con menor presencia en esa área? Creemos, de nuevo, que se trataría de un intermediario, hábil, que abre un negocio aprovechado la oportunidad que le ofrece una concentración de inmigrados en un determinado barrio.

Por último, el concepto de enclave económico étnico proviene de la literatura del mercado de trabajo segmentado (Averitt, 1968; Doeringer y Piore, 1971; Piore, 1974), donde al concepto de economía étnica se añaden varios elementos (Zhou, 2004): en primer lugar, la permanencia empresarial; en segundo lugar, las actividades económicas no son exclusivamente comerciales, sino que también abarcan actividades productivas destinadas a un mercado general; en tercer lugar, variedad comercial que supera la sucesión de los nichos laborales dejados por los autóctonos; por último, la variable territorial, esto es, las empresas deben estar concentradas en un área física determinada, donde también se ubican las redes (Waldinger, 1993; Logan, Alba y Stults, 2003).

Los primeros autores que hicieron referencia a los enclaves étnicos fueron Portes y Wilson (1980) y Wilson y Martin (1982) con un trabajo acerca de los cubanos en Miami. En ambos estudios se parte de la distinción entre la economía central, caracterizada por grandes y saludables empresas, de la economía periférica, caracterizada por empresas atrasadas con escaso desarrollo. Desde esta economía periférica surgen las economías de enclave: tras la llegada de una primera oleada de inmigrantes con un significativo capital económico, humano y social, se concentra en una zona determinada e instalan numerosos negocios y empresas. A partir de ahí, se van surtiendo de mano de obra barata, aprovechándose de las sucesivas oleadas de coétnicos que van llegando; asimismo, y gracias a esta concentración se genera un componente cultural integrado, basado en la solidaridad étnica (*ethnic solidarity*) (Massey, 1988, pág. 31) y la confianza ejecutable (Portes y Zhou, 1992). Por tanto, mientras este proceso sea exitoso en el enclave continuarán proliferando nuevos negocios, superando los postulados teóricos de los mercados segmentados, que ponían el énfasis en la “obligada” incorporación de los inmigrados en el mercado de trabajo secundario. Además, con esta nueva utilización del espacio se frena la asimilación anunciada por los autores de la Escuela de Chicago, ya que en el área del enclave se produce una revitalización identitaria y un resurgir del grupo étnico que va

a beneficiar el éxito económico de los emprendedores. Pero, lo que parece claro es que la economía étnica de enclave es menos frecuente que la economía étnica. En este sentido, Haller (2004) considera que grandes enclaves económicos étnicos como los coreanos en Los Ángeles y los cubanos en Miami no existen en Europa.

Ahora bien, la delimitación espacial de las empresas y la estructura de oportunidades del enclave ha suscitado un debate en cuanto a sus posibilidades reales de éxito. Así, Sanders y Nee (1987) sostienen que cuanto más segregado está un grupo peores son sus posibilidades de mejora económica. Ellos cuestionan el trabajo empírico de Portes, ya que en su investigación sobre los cubanos en Miami igualaba bajo la categoría de trabajadores del enclave tanto a los propietarios como a los empleados, de manera que el porcentaje resultaba muy alto. También dudan de que la movilidad ascendente, dentro del enclave, sea tan generalizada. Quienes consiguen movilidad son los empresarios, pero los trabajadores del enclave –la mano de obra barata–, tienen malas condiciones de trabajo y están bajo una situación de servilismo al empresario, en términos de agradecimiento.

En la réplica Portes y Jensen (1987; 1989) definen al enclave étnico en función de la oferta de trabajo, los empresarios utilizan los recursos gracias a las redes sociales del grupo étnico, lo que finalmente permite la movilidad social ascendente. De este modo, el aislamiento beneficia al grupo étnico ya que aumenta sus niveles de renta y la acumulación de capital (tanto humano como social). Además, estos autores aclaran que se pueden producir diferentes situaciones entre los inmigrados y el enclave: primero, aquellos que viven y trabajan en el área del enclave; segundo, quienes trabajan en esta área, pero viven fuera; tercero, quienes viven en el área del enclave, pero trabajan fuera de él; cuarto, aquellos miembros del grupo étnico que ni viven ni trabajan en el área del enclave. Por tanto y como se desprende de lo anterior, trabajar en el enclave no siempre significa vivir en él y éste se convierte en una especie de refugio, donde los individuos pueden encontrar un trabajo sin tener que depender de los empleadores autóctonos y sin necesidad de una aculturación.

En la actualidad los estudios sobre economía étnica siguen teniendo su origen en la teoría de los *middleman minorities* (véanse, entre otros, Yeung, 1999 y Kim, 2003) aunque ahora se analiza, en mayor medida, la independencia económica de los inmigrados y de las minorías étnicas, y no únicamente de las minorías intermediarias. Además, los diferentes

conceptos analizados no hacen alusión específica al régimen de tenencia de los negocios y su regulación. Por eso, posteriormente se distinguió entre propiedad y control étnico. Light y Gold (2000, pág. 5) apuntan que “estas definiciones son válidas únicamente para describir la *economía de propiedad étnica*, que tan sólo es un componente de una economía étnica y de enclave sin abarcar la totalidad”. Una *economía de propiedad étnica* se define por la propiedad de los negocios. Esto repercute en una contratación de empleados coétnicos y mayor margen de beneficio para el dueño. Por su lado, “las *economías étnicamente controladas* existen cuando, y en la medida en que, los empleados coétnicos ejercen un importante y duradero poder de mercado sobre los lugares de trabajo, debido a su cantidad, concentración y organización, pero también allí donde son destinados por poderes externos, políticos o económicos” (Light y Gold, 2000, pág. 23), de tal forma que estos inmigrados tienen capacidad para tomar decisiones sobre temas relacionados con los salarios o los marcos contractuales que regulan las relaciones entre los trabajadores y el propietario.

Además, tanto la economía étnicamente controlada como la economía de propiedad étnica tienen subsectores formales, informales e ilegales (Tienda y Raijman, 2000). El sector formal está compuesto por empresas que pagan los impuestos y están registradas oficialmente. El sector informal incluye empresas que, produciendo bienes y mercancías legales, lo hace sin pagar impuestos ni tener reconocimiento oficial (Bourgeois, 1995). El subsector ilegal está formado por empresas que manufacturan o distribuyen productos o mercancías prohibidas, incluye drogas, juegos y documentos falsos. El siguiente cuadro muestra, sintéticamente, la relación conceptual expuesta hasta el momento.

Estemos ante una modalidad u otra, uno de los aspectos más importantes se pone de manifiesto al deducir que las economías étnicas crean oportunidades para los trabajadores inmigrados, debido a la movilización de lazos étnicos que se emplean en la búsqueda de oportunidades en el mercado, sobre todo, si las redes están concentradas en enclaves étnicos o eventualmente distribuidos a través del espacio (Waldinger, 1993)⁴.

4. Light y colaboradores (1994) también demostraron que la aparición de una economía étnica no siempre tiene por que ir asociada a concentración residencial.

CUADRO 1. TIPOLOGÍA DE ECONOMÍAS ÉTNICAS

Economías étnicas		
Middleman minorities	Empresario de enclave	Enclave económico étnico
<ul style="list-style-type: none"> - Derivado de las Teorías de las “<i>Middleman minorities</i>” y del “<i>Split labor market</i>”. - Empresarios con una idea de estancia limitada, desean ahorrar dinero rápido y volver a origen. - Posición intermedia, mezcla de éxito económico y escaso poder político. - Germen de economías étnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Derivado de las Teorías de las “<i>Middleman minorities</i>” - Emprendedor que aprovecha la concentración étnica en determinadas áreas de la ciudad - Autoempleo y autoempleadores, trabajadores familiares no asalariados, empleados coétnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Derivado de la Teoría del Mercado de Trabajo Dual - Una economía étnica que está agrupada en torno a un centro territorial - Agrupación territorial de empresas, interdependencia económica.
Propiedad o control		
Formal	Informal	Ilegal
<ul style="list-style-type: none"> - Compuesto por empresas que pagan los impuestos y están registradas oficialmente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incluye empresas que, producen bienes y mercancías legales, aunque sin pagar impuestos ni tener reconocimiento oficial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formado por empresas que manufacturan o distribuyen productos o mercancías prohibidas, incluye drogas, juego y documentos falsos.

Fuente: elaboración propia.

Además, la economía étnica funciona, en ocasiones, como mercados de trabajo internos, a fin de proteger a los inmigrados de la competencia del mercado de trabajo general, mientras adquieren las habilidades para montar su propio negocio (Jiobu, 1998), hasta tal punto que las economías étnicas actúan como una “escuela de emprendedores” (Light y otros, 1994). Presumiblemente, el empleo entre empresas de coétnicos promueve el autoempleo, ya que dotan de habilidades para crear un negocio propio y enseñan qué hay que hacer para que éste funcione (Portes y Manning, 1986).

Cabe añadir, por último, que en las economías étnicas el empresario tiene una posición intermedia, mezcla de éxito económico y escaso poder político, por eso se necesita utilizar la red social. Con la utilización de la red social se generan una serie de ventajas para el grupo, gracias a su *cápital social* (Coleman, 1988) o al *cápital relacional* (Requena, 1991). Los bienes relacionales van a estar en función de la posición más o menos estratégica que el individuo tenga en la

red social. El acceso a determinados recursos, a partir del *cápital social*, es muy frecuente, por ejemplo, se pueden acceder a ayudas económicas destinadas a inmigrantes, contactar con asociaciones pro-inmigrantes y de inmigrantes a fin de obtener información, asesoramiento, ayuda legal, etc.

METODOLOGÍA Y DATOS

Las estadísticas oficiales sobre empresas con titulares extranjeros como el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)⁵, las Licencias de Apertura de los diferentes Ayuntamientos y el Alta en la Seguridad Social en Régimen Especial de Trabajadores Autónomos que ofrece el Ministerio de Trabajo, son insuficientes para este campo de investigación: en primer lugar, no registran las empresas informales o ilegales; en segundo lugar, no muestran información precisa sobre la actividad desarrollada; por último, no distinguen la nacionalidad del titular, con lo que se confunde a comunitarios con extracomunitarios. Para subsanar estos sesgos estadísticos hemos realizado un trabajo de campo exhaustivo: rastreando calle a calle las principales ciudades de recepción de inmigrantes extracomunitarios de la provincia de Almería⁶, para hacer un recuento de los negocios abiertos, valiéndonos de varios informantes clave con el fin de acceder a locales o negocios abiertos sin declarar. Durante el trabajo de campo, además, se llevan a cabo distintas entrevistas con empresarios inmigrados y autóctonos que nos describen la situación de su negocio y de la zona.

Teniendo en cuenta que una de las exigencias básicas para poder hablar de economía de enclave se refiere a la concentración de negocios étnicos en derredor del asentamiento de una comunidad, a continuación presentamos la ubicación espacial de los negocios en las distintas entidades locales analizadas, en dicha representación; se exponen conjuntamente, por un lado, todos los negocios o empresarios con alta en el IAE, según el epígrafe seis⁷, indistintamente del lugar de procedencia y, por otro, los negocios encontrados durante el trabajo de campo en 2004.

5. Se utiliza el Impuesto de Actividades Económicas pese a que a partir de 2003, y como consecuencia de la reforma de la Ley de Administraciones Locales y de los acuerdos de financiación establecidos con la Federación Española de Municipios y Provincias, las empresas pequeñas han quedado exentas de pago. Nos obstante, sigue subsistiendo la obligación de presentar el Alta en el Impuesto, por ello, los apuntes que recoge fueron útiles para esta investigación, al darnos una idea del volumen de nuevos negocios que abrían y aquellos en los que el titular era un extranjero.

6. Adra, El Ejido, Vícar, La Mojonera, Roquetas de Mar, Almería (*cápital*) y Níjar.

7. Este epígrafe incluye las siguientes actividades empresariales: comercio al por mayor, recuperación de productos, intermediarios del comercio, comercio menor alimentación,

El objetivo que perseguimos es mostrar aquellos casos que apuntan directamente a la futura formación de enclaves económicos étnicos en las ciudades de la provincia con mayor concentración de inmigrados. Nuestra exposición se presenta siguiendo el orden alfabético de los municipios analizados. De este modo, en primer lugar, veremos Almería –cápital–, Levante y Poniente.

¿ENCLAVES ECONÓMICOS ÉTNICOS?

Almería

En Almería cápital los inmigrados suponen el 6,3% de la población empadronada, lo que equivale al segundo porcentaje más bajo de población de las zonas estudiadas en esta investigación. Sus pilares económicos son el sector servicios y la importante relación con las zonas agrícolas de Poniente y Levante. Así, los inmigrados que residen en la ciudad se ocupan en actividades propias del mercado secundario: construcción, agricultura, servicio doméstico, venta ambulante, etc.

La situación empresarial de los inmigrados que presenta Almería cápital es muy significativa, tanto por el número y variedad de empresarios, como por las distintas ubicaciones de sus negocios. En algunos casos esta instalación viene guiada por la concentración de inmigrados que residen en las zonas de El Zapillo o El Puche y en otras buscando el tránsito de inmigrantes no residentes, como es el caso de la Zona Portuaria. En consecuencia, un estudio pormenorizado de ambas zonas nos exige analizar cómo ha evolucionado el fenómeno.

Para examinar las diferentes particularidades observamos el plano de Almería por zonas: la Zona 1 corresponde a los alrededores de El Puerto de Almería (Parque Nicolás Salmerón, calle Real y adyacentes). Debemos puntualizar que los comercios étnicos de esta zona tienen un origen diferenciado al resto de casos. Su aparición y rápido desarrollo ha estado ligado al tránsito de pasajeros africanos por el Puerto, de aquí la gran variedad de su clientela. Aunque se mantienen básicamente de los inmigrantes que van y vienen a sus países de origen, de los residentes en Almería y, algunos negocios, de los botellones que se concentran en el Paseo Nicolás Salmerón. Los empresarios nos indicaban que “nuestros clientes son muy variados y se componen de nacionales, inmigrantes y turistas”.

bebidas y tabaco en establecimiento permanente, comercio menor de productos industriales no alimenticios en establecimientos permanente, servicio de alimentación, servicio de hospedaje y reparaciones.

El volumen de ventas y la actividad comercial en esta zona comercial es bastante significativa, pues en ella encontramos uno de los comercios de venta al por mayor más importante de toda la provincia (su propietario es marroquí), de donde se aprovisionan otros más pequeños.

Los extranjeros que residen en esta zona son marroquíes principalmente, aunque no podemos hablar de un asentamiento étnico importante pues se trata, debido a la cercanía al puerto, de un lugar de tránsito, con una incesante actividad económica gracias al carácter estratégico de la ubicación.

La Zona 2 corresponde a los alrededores del consulado de Marruecos (calles Artes de Arcos, Soldado Español –aquí se ubica el Consulado de Marruecos–, Canónigo Molina Alonso y adyacentes). Es una zona que comienza a configurarse como lugar de asentamiento de inmigrados que fijan su residencia en Almería y, a partir de ahí, empiezan a abrir sus negocios. En este lugar los inmigrados que residen son también marroquíes en su mayoría, aunque en los últimos cinco años se han comenzado a instalar latinoamericanos provenientes sobretodo de Argentina, Ecuador y Colombia.

La Zona 3 la hemos ubicado dentro del triángulo que forman las calles Granada, Alcalde Muñoz y Federico García Lorca. Si en el año 2000 carecía de influencia, en la actualidad ha cobrado relevancia, tanto por asentamiento de residentes como por instalación de negocios. Los inmigrados residentes en esta zona son mayoritariamente marroquíes y senegaleses.

La Zona 4 está separada de este centro histórico y comercial de la ciudad, es un lugar de transición, relacionado con la expansión de la ciudad y la afluencia del turismo. Nos referimos al Zapillo, zona de playa, con edificios bastante viejos y deteriorados en algunos casos. En los últimos años se aprecia en ella un proceso de invasión-sucesión y filtrado, propio de las ciudades en las que se instalan los migrantes. Los inmigrados la han elegido como zona de residencia, especialmente en las calles Gibraltar Español, Quesada, García Cañas, Málaga, Motril, Jaul, etc.

Aquí las nacionalidades asentadas son muy diversas; por un lado, existe un predominio de latinoamericanos (ecuatorianos, argentinos y colombianos), le siguen los africanos (destacan los marroquíes y los subsaharianos apenas son significativos).

Por último, la Zona 5, ubicada íntegramente en el barrio de El Puche, en los extrarradios de la ciudad. Este barrio, desde sus inicios, está azotado por un severo proceso de exclusión, puesto que en él reside población de clase baja, entre la que se encuentra un importante porcentaje de gitanos.

A finales de la década de los noventa el barrio comenzó a recibir población inmigrada, mayoritariamente marroquí, y en un periodo de menos de cinco años ha cambiado radicalmente la composición étnica (hoy ya se estima que alrededor del 60% es población inmigrada, principalmente de origen marroquí). De nuevo con una explicación en el proceso de invasión-sucesión y filtrado, los autóctonos que contaban con posibilidades económicas se han marchado a residir a otros barrios cercanos –Los Molinos, El Tagarete, Las Quinientas Viviendas, etc.– incluso más lejanos, donde tuvieran redes o relaciones de parentesco o amistad como Pescadería o Los Almendros.

Como decimos en esta zona los marroquíes son mayoría; no existen, de hecho más que dos familias de subsaharianos, el resto de población es autóctona y se compone de españoles gitanos y españoles no gitanos.

En El Puche muchos de estos inmigrados han instalado sus negocios en locales de autóctonos que previamente habían sido cerrados por los escasos beneficios o por un cambio de residencia de sus propietarios.

Este barrio se está erigiendo en un incipiente enclave étnico, puesto que se está produciendo una confluencia entre la instalación negocios, fuera del mercado primario y secundario y la propia residencia en el lugar. Situación que difiere a lo ocurrido en el resto de zonas, pues los empresarios no viven generalmente donde tienen instalados sus negocios, tal y como Portes y Jensen (1989) resaltaron para algunos estudios de enclaves.

Además, en El Puche, en estos dos últimos años, se está generando una pequeña escuela de emprendedores, tal y como la concebían Light y colaboradores (1994), puesto que se está produciendo una promoción del autoempleo y, a su vez, la adquisición de habilidades y canales para crear un propio negocio (Portes y Manning, 1986).

Ahora bien, es cierto que la mayoría de estos negocios de propiedad étnica abastecen a coétnicos, pero por las características del barrio –separado de la ciudad y con deficientes canales de transporte– cada vez son más los vecinos del barrio –españoles gitanos y no gitanos– que se benefician de las características de este tipo de comercio, por la amplia oferta de productos y por sus horarios flexibles.

En conclusión, Almería cápital está experimentando una proliferación importante de negocios, hasta tal punto que en los últimos cuatro años se han multiplicado por dos, pero en ningún caso podemos hablar de enclave económico étnico, solamente en El Puche se dan pequeños indicios de su configuración.

PLANO Nº 1. LOCALIZACIÓN DE INMIGRADOS POR GRANDES ZONAS DE ORIGEN, ALMERÍA 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

PLANO Nº 2. UBICACIÓN DE NEGOCIOS ÉTNICOS, ALMERÍA 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

*Levante almeriense**Níjar*

La Comarca de Níjar es el término municipal más grande de Almería y uno de los más extensos de España. La Villa de Níjar es el núcleo administrativo, pero son las entidades locales de Campohermoso y San Isidro, donde se concentran, económicamente hablando, sus mayores potenciales a través de la agricultura intensiva y, por ende, donde se asientan los inmigrantes del municipio. De tal forma que los inmigrantes suponen el 25,5% del total de la población.

La Villa de Níjar tiene una importante actividad empresarial con negocios regentados por autóctonos y algún inmigrado comunitario dedicado al turismo –alfombras, cerámica, etc.–, en ella la población inmigrada asentada no comunitaria es prácticamente inexistente, de ahí que tampoco haya ni siquiera un negocio regentado por población extracomunitaria objeto de nuestro estudio.

Los empresarios inmigrantes, pues, se han instalado en los diseminados donde residen los coétnicos y en algunos de los núcleos que configuran el municipio, como son Campohermoso y San Isidro.

Los negocios insertados en diseminado tienen un carácter informal e ilegal, en nuestro rastreo hemos encontrado algunos cortijos donde se practica la prostitución, otros que actúan como bares y otros donde se venden algunos productos alimenticios, eso sí, en ningún caso pagan impuestos.

Por su lado, en los núcleos urbanos de Campohermoso y San Isidro son los lugares donde más establecimientos registrados por inmigrantes existen. Aunque también podemos encontrar algunos en las entidades de El Viso, El Barranquete o Fernán Pérez.

En Campohermoso destacan los negocios de propiedad étnica de alimentación y bazares, frente a San Isidro donde los locutorios son mayoritarios.

Las estructuras de oportunidad para la instalación de negocios son muy reducidas, nos cuentan los inmigrantes que la corporación municipal cuando recibe la propuesta de apertura de algún local regentado por inmigrantes, y más concretamente de marroquíes, se reúne con los vecinos del barrio donde supuestamente se va a abrir el negocio, entonces son los propios vecinos quienes dictan la resolución. De esta forma, han sido múltiples los negocios que han visto paralizada su apertura tras la decisión de los vecinos. Esto, sin embargo, genera que se abran negocios en diseminado de manera informal.

Poniente Almeriense

Adra

Adra es la ciudad de la comarca del Poniente almeriense con menor proporción de inmigrados (5,77%), situación que se traduce, de igual forma, en el escaso número de empresarios étnicos, ya que estos son poco significativos: según las altas en Seguridad Social bajo el epígrafe de Trabajador Autónomo hay seis negocios en 2004. El mercado de trabajo de esta localidad, donde se insertan los inmigrados, está polarizado en torno a la agricultura. Aún no se ha generado un proceso de desplazamiento de unos empleos a otros que, incluso, les permita instalarse como autónomos. De este modo, estamos ante un panorama poco representativo de economía étnica.

El Ejido

El Ejido es, en números absolutos, el núcleo más importante de población inmigrada de toda la provincia de Almería; representa casi el 21% de la población total. La actividad económica principal, agricultura, se ha desarrollado en todo su término municipal, de ahí que encontremos inmigrados habitando en todas las entidades locales del municipio: Las Norias, Santa María del Águila, San Agustín, Guardias Viejas, Tarambana, Pampánico, Almerimar, Matagorda y Balerna.

Pero la característica principal del asentamiento de inmigrantes en este municipio es su residencia en diseminado (Checa y Arjona, 2005). Situación que afecta, sobre todo, a los llegados del Magreb y el África subsahariana. Tras la ocupación de los diseminados, los inmigrados accedieron al espacio urbano de El Ejido y a todas sus entidades locales y posteriormente fueron instalando sus negocios.

En consecuencia, podemos encontrar negocios regentados por inmigrados con local en varios ámbitos: diseminados y núcleo urbano. Los empresarios asentados en diseminado regentan negocios de manera informal e ilegal, tales como prostitución, bares, alimentación o subarrendamiento de viviendas. Así, la vivienda del empresario y el desarrollo de la actividad coinciden en el espacio y sus clientes son exclusivamente coétnicos u otros inmigrados. En ningún caso, excepto en una reducida demanda de servicios sexuales, los autóctonos hacen uso de dichos productos o servicios. La nacionalidad de estos empresarios es fundamentalmente marroquí, ya que son ellos quienes viven de manera mayoritaria en los diseminados. Estaríamos, por tanto, ante la proliferación de

empresarios de enclave en diseminado y siempre referido a la coincidencia en el espacio de los empresarios autónomos y sus clientes coétnicos, pero nunca en cuanto a las cifras económicas, ni al empleo que pueda generar dicha economía étnica en diseminado.

Los dos planos siguientes recogen la localización de los inmigrados por grandes zonas de origen y la ubicación de los negocios, aunque por el carácter informal e irregular de las actividades podemos aventurar que no hemos localizado todos los que en realidad existen.

De ahí que los negocios instalados en núcleo urbano son mayoritarios en número, en El Ejido, donde distinguimos dos zonas: la Zona 1 se circunscribe a las calles Manolo Escobar, Almería, Málaga, Jaén y Cervantes. Esta zona se está consolidando como un enclave, tanto por el número de residentes inmigrados, como por el de negocios regentados por ellos, marroquíes mayoritariamente, en ambos casos. Esta circunstancia ha supuesto la marcha de los autóctonos y, por ende, la configuración dentro de la misma ciudad, de una zona guetizada reconocida por políticos, agentes sociales y la población inmigrada.

La Zona 2 corresponde a la llamada Loma de la Mezquita, dibujando un cuadrado, el que forman la confluencia de las calles Venezuela (al este), La Loma (al oeste), García Lorca (al sur) y Juan Ramón Jiménez (al norte).

En ambas zonas las empresas mayoritarias se dedican a prestar servicios de telefonía y de alimentación. En el primer caso la mayoría son de control étnico, frente a la propiedad étnica de las carnicerías y tiendas de alimentación. En ambos casos, casi en exclusividad, sus clientes son coétnicos. Además, tanto en una zona como en otra las principales comunidades asentadas son marroquíes, argelinas y subsaharianas.

Si analizamos el proceso de forma longitudinal se observa que El Ejido ha sufrido un descenso de la actividad empresarial, después del año 2000, debido especialmente al ataque que sufrieron los negocios con local durante el conflicto étnico. Aunque en los dos últimos años se ha producido una recuperación. A partir del año 2000 las autoridades locales han aprobado una serie de normas para intentar impedir la instalación de nuevos negocios. Así, por ejemplo, exigen para los locutorios antesalas de más de cincuenta metros cuadrados. En definitiva, si la recepción sigue siendo hostil impedirá que en los núcleos urbanos se configuren enclaves económicos étnicos, por lo menos en lo que se refiere a instalaciones de empresas con un carácter legal y abierto.

Además, los lugares donde proliferan los negocios son espacios de encuentro y de reunión para la comunidad; para un inmigrado ir a la zona comercial de su grupo étnico se traduce en la posibilidad de estrechar lazos de amistad y abrir nuevas redes sociales (Moreras, 1999; Aramburu, 2002).

PLANO N° 3. LOCALIZACIÓN DE INMIGRADOS POR GRANDES ZONAS DE ORIGEN, EL EJIDO 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

PLANO N° 4. UBICACIÓN DE NEGOCIOS ÉTNICOS, EL EJIDO 2004

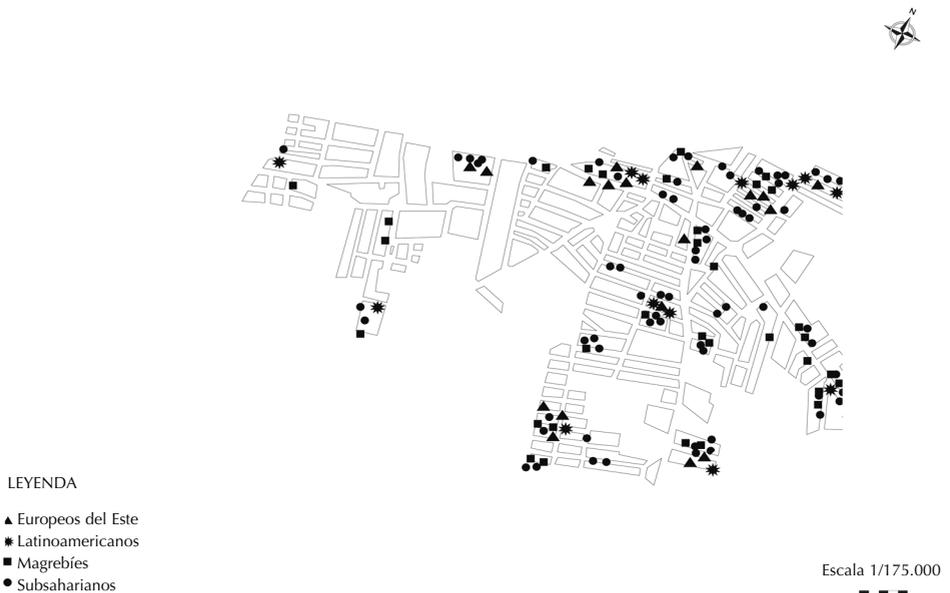


Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

La Mojonera

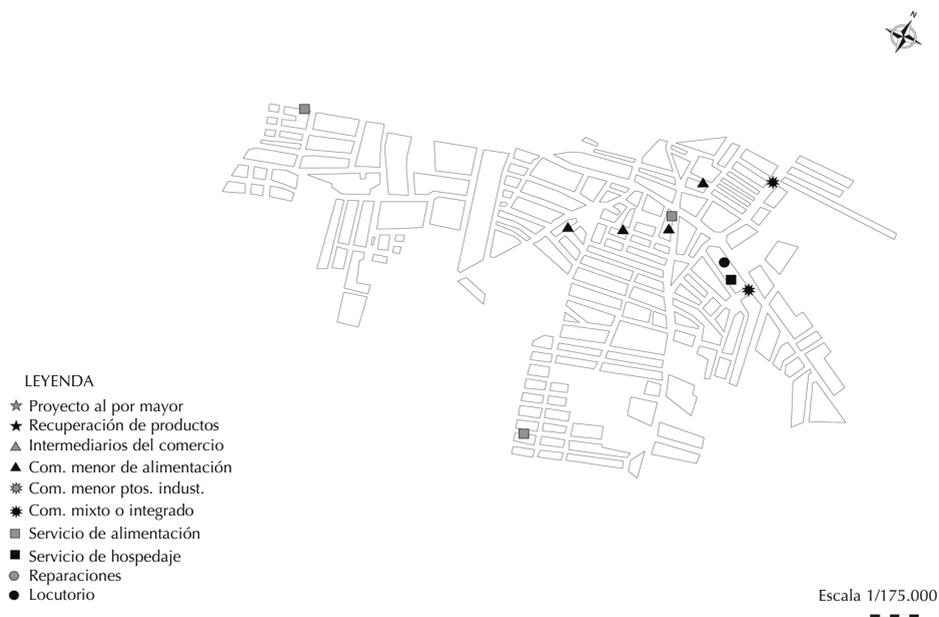
El municipio de La Mojonera presenta uno de los porcentajes más altos de concentración de población extranjera de toda la provincia, y el más alto de los municipios estudiados en esta investigación (28%); sin embargo, la incidencia de negocios étnicos no es muy significativa. En los siguientes planos se presenta, primero, la importancia de los colectivos asentados y, segundo, la ubicación de los locales comerciales, donde se aprecia su concentración en la Avenida Europa, carretera que enlaza con Roquetas de Mar. La razón de esta escasa incidencia no es otra que el hábitat de los inmigrantes, esto es, la mayor parte de los inmigrados empadronados en La Mojonera viven en diseminados, muchos de ellos próximos a los núcleos de San Agustín, La Puebla de Vícar o Roquetas de Mar, con lo cual la demanda de servicios y productos en el núcleo urbano de La Mojonera es más reducido de lo normal. Por esta misma lógica no han proliferado los negocios entre diseminados, la proximidad a esos núcleos urbanos favorece que los inmigrados que habitan en diseminado en La Mojonera se desplacen, sobre todo, a Roquetas o La Puebla de Vícar.

PLANO Nº 5. LOCALIZACIÓN DE INMIGRADOS POR GRANDES ZONAS DE ORIGEN, LA MOJONERA 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

PLANO N° 6. UBICACIÓN DE NEGOCIOS ÉTNICOS, LA MOJONERA 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

Roquetas de Mar

Nuestro trabajo de campo pone de relieve que el caso de Roquetas de Mar es el más paradigmático. Varias razones nos permiten apuntar que estamos ante un contexto de recepción más neutral, de esta manera lo perciben los empresarios inmigrados y el mismo empresario autóctono que también se muestra neutral –incluso favorable– a la apertura de este tipo de negocios; por su parte, la Corporación Municipal no ralentiza los trámites de concesión de licencias de apertura.

Roquetas de Mar es una ciudad muy cosmopolita, económica y comercialmente; a diferencia de otros municipios, como La Mojonera o Vícar, no basa sus fuentes de ingresos únicamente en la agricultura. Durante el periodo estival las urbanizaciones de Roquetas de Mar y Aguadulce triplican su población; el turismo reactiva los comercios, no sólo los regentados por autóctonos, sino también los extranjeros, comunitarios y no comunitarios.

Por otro lado, el municipio posee una gran diversidad en su población; tanto nacional como extranjera. Existen comunidades de europeos ingleses, alemanes, franceses o belgas que han escogido esta zona para disfrutar del

clima tras su jubilación; hay multitud de comunidades de extranjeros no comunitarios que también se han asentado con la intención de permanencia. Se puede hablar en Roquetas de Mar de más de cien nacionalidades distintas que comparten el territorio.

Sin lugar a dudas una situación de este tipo puede generar una proliferación de negocios en función de los colectivos que se asientan, como ha sucedido.

Ahora bien, este municipio tiene un porcentaje de extranjeros de más del veinte por ciento, con la particularidad de que es la ciudad donde menos inmigrados hay viviendo en diseminados (Checa, 2004) de todo el Poniente y Levante almerienses. Aunque gran parte de su población reside en las entidades locales de Aguadulce, Cortijos de Marín, Urbanización de Roquetas o El Parador de las Hortichuelas. Lo que ha favorecido también la instalación de negocios regentados por inmigrados africanos principalmente.

En Roquetas de Mar la proliferación de negocios ha sido continuada, beneficiada por la permisividad de la corporación municipal y de la sociedad en general. De tal forma que destacan, sobre todo, empresas de carácter abierto que abastecen, además de a los coétnicos, a parte de la comunidad autóctona que habita junto a ellos. El caso más característico se da en la barriada de las Doscientas Viviendas, donde los bazares e incluso las carnicerías son frecuentados también por autóctonos, aunque en menor medida que los inmigrados.

Los planos siguientes corresponden al núcleo urbano de Roquetas de Mar; por la importancia y número de los negocios presentamos, como en los casos de Almería y el Ejido, la evolución seguida por zonas.

La Zona 1 se circunscribe a lo que se conoce como Doscientas Viviendas, un barrio de la ciudad construido en 1963, son viviendas de Protección Oficial que, como su nombre indica, son unas doscientas viviendas que se circunscriben al interior de las calles Casablanca y Avenida de La Mojoneira. En un primer momento el barrio fue ocupado por las personas más desfavorecidas del municipio, con el paso del tiempo, junto al deterioro de la zona las casas quedaron ocupadas por peones agrícolas, que llegaron para emplearse en la incipiente agricultura, y finalmente en la actualidad se están insertando mayoritariamente los inmigrados procedentes de África, residen sobretodo Marroquíes, Senegaleses, Guineanos y Nigerianos.

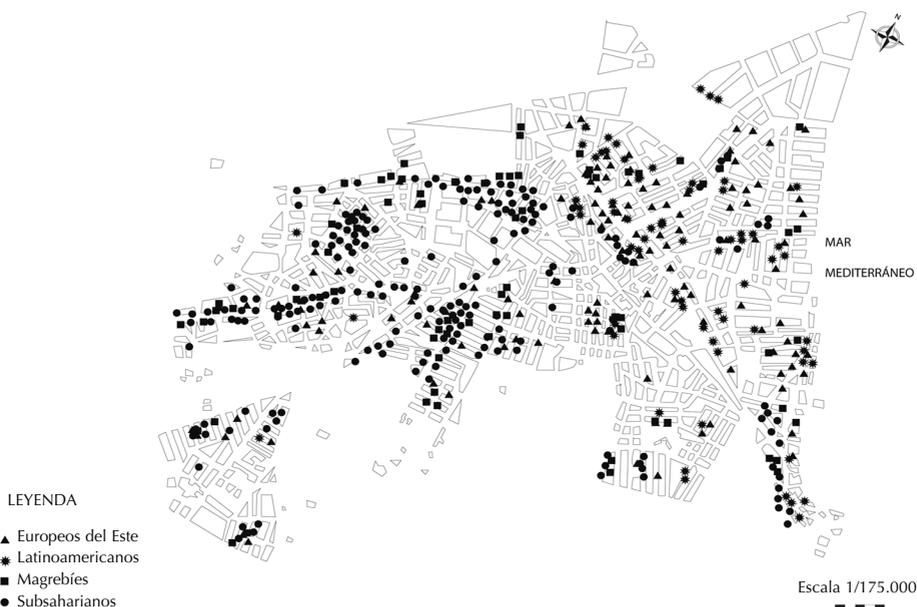
Es la zona de todo nuestro ámbito de estudio, junto al barrio de El Puche (Almería), que más rápidamente se está consolidando como un enclave económico étnico, debido a la fuerte incorporación de inmigrados y a la apertura de numerosos negocios regentados por ellos mismos. Aunque, por supuesto, dista mucho de la situación descrita por Palerm

(1990; 1991) para los hispanos en California, o Werbner (1987) para los pakistaníes en Inglaterra. Tanto por el número de negocios como por el volumen financiero o el empleo generado.

La Zona 2 corresponde al Casco Antiguo de la ciudad, en torno a las calles Luis Buñuel, Plaza Doctor Marín, Motores y Alcalde Pomares, espacio donde también el asentamiento de inmigrados se está acentuando. Los edificios y casas antiguas han sido abandonadas por los autóctonos en busca de mejores calidades residenciales y de proximidad a la playa. Dichos intersticios residenciales han sido ocupados en su totalidad por los inmigrados (provenientes del Magreb y África Subsahariana) instalando en alguna dependencia de la casa sus empresas.

La Zona 3 es el barrio de los Pintores que abarca las calles Sorolla, Zurbarán, Pablo Picasso y adyacentes. Esta zona se está constituyendo, utilizando la nomenclatura de la Escuela de Chicago, en una zona de transición de alta recepción de inmigrantes llegados desde Europa del Este. Éstos además se están asentando en barrios de la ciudad más cerca de la costa –puede observarse en el plano 7–, será interesante analizar en los próximos años si recogen el testigo y suponen la nueva comunidad que desarrolle una economía étnica.

PLANO Nº 7. LOCALIZACIÓN DE INMIGRADOS POR GRANDES ZONAS DE ORIGEN, ROQUETAS DE MAR 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

PLANO Nº 8. UBICACIÓN DE NEGOCIOS ÉTNICOS, ROQUETAS DE MAR 2004



Fuente: Base de datos del Impuesto de Actividades Económicas y Trabajo de Campo. Elaboración propia.

Vícar

De los contextos de recepción estudiados Vícar se puede calificar como poco receptivo u hostil hacia la instalación de negocios de propiedad o control étnico. Las quejas entre los entrevistados, tanto inmigrados como autóctonos, fueron muy frecuentes. Para los primeros, el vecindario siempre ha mostrado su rechazo, de ahí que el Ayuntamiento, conecedor del hecho, retardara las licencias de apertura. Así se entiende, según ellos, el escaso número de establecimientos que hay para el elevado porcentaje de inmigrados habitantes del municipio (18,29%). La ubicación de los negocios, escasos, se encuentra en las entidades locales de La Puebla de Vícar y La Gangosa.

CONCLUSIONES

A modo de resumen y teniendo en cuenta lo mostrado se podrían apuntar diversas cuestiones. Primero, en cuanto a los contextos de recepción estamos en disposición de afirmar que Roquetas de Mar y Almería

cápital se pueden considerar neutros, en tanto en cuanto que la proliferación de negocios va en aumento. Pero en ningún caso se han configurado todavía como enclaves económicos étnicos, aunque se perciben movimientos incipientes que apuntan a dicho fenómeno.

El resto de los núcleos estudiados son hostiles, tanto por la dificultad que entraña abrir un negocio como por la delicada continuidad del mismo.

Segundo, aún no existe un tejido empresarial fuerte entre los inmigrados, de manera que los recién llegados, de manera masiva, se inserten en la economía étnica. En la provincia de Almería lo común es que el inmigrante entre a trabajar en el mercado secundario, concretamente en la agricultura. Será después de años de esfuerzo y ahorro cuando se consigue instalar un negocio propio. Incluso, si hacemos referencia a los empleados coétnicos observamos que aún son pocos los que se insertan en empresas regentadas por compatriotas.

Pero, por otro lado, para aquellos casos que ya son empresarios consolidados la situación personal mejora de manera considerable. Tienen a su familia aquí, tienen cierto éxito económico, por lo que pueden acceder a una vivienda en propiedad. Se sienten más integrados y "participan" de manera más activa en la vida de la ciudad.

En tercer lugar, en todos los núcleos poblacionales, con excepción del Puerto de Almería, la concentración de población inmigrada supone, en mayor o menor medida, una concentración de negocios de coétnicos que nos permite hablar del germen de economías, pero no de enclaves económicos étnicos. En el resto de zonas, y debido a las características de los contextos de recepción, estamos ante los iniciales movimientos de minorías intermediarias y empresarios de enclave.

Recibido 22.09.2006

Aceptado 10.10.2008

BIBLIOGRAFÍA

- ARAMBURU, M. (2002): "Los negocios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del 'inmigrante' como categoría social" en *Scripta Nova*, nº 108, págs. 1-14.
- ARJONA, Á. (2006): *Los colores del escaparate. Emprendedores inmigrados en Almería*, Barcelona, Icaria.
- ARJONA, Á. y CHECA, J. C. (2006): "Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances", *Revista Internacional de Sociología*, nº 45.
- AVERITT, J. (1968): *The dual economy*, Nueva York, Norton.
- BELTRÁN, J. (2000): "Empresa familiar, trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino", *Ofrim/Suplementos* nº 6, págs. 29-154.

- BONACICH, E. (1975): "Small business and Japanese American ethnic solidarity", *Amerasia Journal*, nº 3, págs. 96-112.
- BONACICH, E. y MODELL, J. (1980): *The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Community*, Berkeley, University of California Press.
- BOURGEOIS, I. (1995): *In search of respect: selling crack in El Barrio*, Cambridge, Harvard University.
- CEBRIÁN, J. A. y BODEGA, M. I. (2002): "El negocio étnico, nueva fórmula del comercio en el casco antiguo de Madrid, el caso de Lavapiés", *Estudios Geográficos*, nº 248/249, págs. 559-580.
- CEBRIÁN, J. A. y BODEGA, M. I. y BORDONADO, J. (2004): "La iniciativa empresarial del inmigrante", *Economistas*, nº 99, págs. 116-122.
- CHECA, J.C. (2006): *La diferenciación residencial de los inmigrados en Almería: el caso de Roquetas de Mar. Conceptos y modelos empíricos para su comprensión*, Comares, Granada.
- CHECA, J.C. y ARJONA, A. (2005): "El vecino no deseado. Situación residencial de los inmigrantes africanos en Almería (España)", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 21, nº 3, págs. 179-207.
- COLEMAN J. (1988): "Social capital in the creation of human capital", en *American Journal of Sociology*, 94, 103-121.
- DOERINGER, P. B. y PIORE, M. J. (1971): *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*, Lexington, Mass Lexington Books.
- HALLER, W. (2004): "Immigrant entrepreneurship in comparative perspective: rates, human capital profiles and implications of immigrant self-employment in advanced industrialized societies", paper prepared for the *Luxembourg Income Study Conference*, June, Bourglinster, Luxemburg.
- JIUBU R. (1998): *Ethnicity and assimilation*, Albany: State University of New York.
- KIM, I. (2003): "Ethnic enclave economy in urban China: The Korean immigrants in Yanbian", *Ethnic and Racial Studies*, vol. 26, nº 5, págs. 802-828.
- LIGHT, I. (1972): *Ethnic enterprise in America*, Berkley, University of California Press.
- LIGHT, I. y GOLD, S. (2000): *Ethnic Economies*, San Diego, Academic Press.
- LIGHT, I. SABAGH, G., BOZORGMEHR, M. y DER-MARTIROSIAN, C. (1994): "Beyond the Ethnic enclave economy", *Social Problems*, nº 1, págs. 65-80.
- LOGAN, J. R.; ALBA, R. D. y MCNULTY, T. L. (1994): "Ethnic Economies in Metropolitan Regions, Miami and Beyond", *Social Forces*, nº 72, págs. 691-724.
- LOGAN, J. R.; ALBA, R.; STULTS, B. (2003): "Enclaves and entrepreneurs: Assessing the Payoff for Immigrants and Minorities", *International Migration Review*, vol. 37, nº 2, págs. 344-388.
- MASSEY, D. (1988): "International migration and economic development in comparative perspective", *Population and Development Review*, nº 14, págs. 383-414.
- MORERAS, J. (1999): *Musulmanes en Barcelona. Espacios y dinámicas comunitarias*. Barcelona: Cidob Edicions.
- MORERAS, J. (2002): *Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona, CIDOB.
- PALERM, J.V. (1990): "Immigration", en *The latino challenge*, Los Angeles, University of California Press.
- PALERM, J.V. (1991): "Latino settlements in California", en *The challenge. Latinos in a changing California*, California, University of California.
- PIORE, M. (1974): "Notes for a theory of labor market stratification", en R. C. EDWARDS M. RELCH y D. M. GORDON (eds.), *Labor market Segmentation*, Lexington Mass, Lexington Books, págs. 125-149.
- PORTES, A. y BÖRÖCZ, J. (1992): "Inmigración contemporánea: perspectivas teóricas sobre sus determinantes y modos de acceso", *Alfoz*, nº 91-92, págs. 20-33.
- PORTES, A. y JENSEN, L. (1987): "What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity", *American Sociological Review*, vol. 52, nº 6, págs. 768-771.

- PORTES, A. y JENSEN, L. (1989): "The enclave and the entrants: patterns of ethnic enterprise in Miami before Mariel", *American Sociological Review*, nº 54, págs. 929-949.
- PORTES, A. y MANNING, R. D. (1986): "The immigrant enclave: Theory and empirical examples", en J. NAGEL y S. OLZAK (eds.), *Comparative Ethnic Relations*, New York, Academic Press, págs. 47-68.
- PORTES, A. y WILSON, K. (1980): "Immigrants enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami", *American Journal Sociology*, nº 86, págs. 295-319.
- PORTES, A. y ZHOU, M. (1992): "En route vers les sommets: perspectives sur la question des minorités ethniques", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 8, nº 1, págs. 171-192.
- REITZ, J. (1980): *The survival of ethnic groups*, Toronto, McGraw-Hill.
- REQUENA, F. (1991): *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional*, Madrid: CIS.
- SANDERS, J. y NEE, V. (1987): "Limits of ethnic solidarity in the enclave economy", *American Sociological Review*, nº 52, págs. 745-767.
- SOLÉ, C.; PARELLÁ, S. (2005): *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Barcelona, Cidob.
- TIENDA, M. y RAIJMAN, R. (2000): "Immigrants' Income Packaging and Invisible Labor Force Activity", *Social Science Quarterly*, nº 81, págs. 291-310.
- WALDINGER, R. (1993): "The ethnic enclave debate revised", *International Journal of Urban and Regional Research*, nº 13, págs. 34-51.
- WERBNER, P. (1987): "Enclave economies and family firms: Pakistani traders in a British city", en J. Eades (edit.), *Migrants, workers and social orders*, J.W. Arrowsmith, Ltd. Bristol, págs. 213-233.
- WILSON, K. y MARTIN, W. (1982): "Ethnic enclaves: A comparison of the Cuban and black economies in Miami", *American Journal of Sociology*, vol. 88, págs. 135-160.
- YEUNG, H. W. (1999): "The Internationalization of Ethnic Chinese Business Firms from Southeast Asia, Strategies, Processes and Competitive Advantage", *International Journal of Urban and Regional Research*, nº 23, págs. 103-127.
- ZHOU, M. (2004): "Revisiting ethnic entrepreneurship: convergences, controversies and conceptual advancements", *International Migration Review*, vol. 38 nº 3, págs. 1.040-1.074.

Resumen ["Ubicación espacial de los negocios étnicos en Almería. ¿Formación de enclaves económicos étnicos?"]

En Almería son cada vez más frecuentes los negocios regentados por inmigrantes, se trata de un sistema económico creado por ellos mismos que está transformando el paisaje urbano. Es el resultado de la anterior concentración, en determinadas áreas, de distintas comunidades; la instalación de sus empresas supone la respuesta a una demanda de productos que no están satisfechos en el comercio autóctono y simbolizan, además, la búsqueda de alternativas laborales a la segmentación del mercado de trabajo.

En la instalación de los negocios se pueden observar distintas situaciones: podemos hablar de la aparición de economías étnicas como marco general y, a partir de ahí, analizar las minorías intermediarias, los empresarios de enclave ó los enclaves económicos étnicos. En este trabajo, ayudados por la representación gráfica en planos de distintas ciudades de la provincia, planteamos si esta agrupación de negocios es suficiente para la formación de enclaves económicos étnicos.

Palabras clave: economía étnica, contexto de recepción, enclave económico étnico.

Abstract ["Space location of the ethnic business in Almería. Ethnic enclave economy formation?"]

In Almería it's frequently common for businesses to be run by immigrants. They have created an economical system that has been changing the city's scenery. This is due to the previously mentioned concentration of different communities within certain areas. The installation of their businesses has been assumedly due to a responsive demand in products that haven't been satisfied within the autochthonous trade; therefore it symbolizes the search of employment alternatives to the segmentation of the labour market.

The installation of businesses can be observed in different situations; the general framework we talk about is of the appearance of ethnic economy and from this starting point we analyse the middleman minorities, the entrepreneur of enclave or the ethnic enclave economy. In this paper, with the assistance of graphical representations of maps from the different cities of the province, we outline if these business groups have the sufficient training for ethnical economy enclaves.

Key words: Ethnic economy, context of reception, ethnic enclave economy.

Résumé ["Situation spatiale des commerces ethniques à Almería. Formation d'enclaves économiques ethniques ?"]

À Almería, les commerces dirigés par des immigrés sont de plus en plus fréquents, il s'agit d'un système économique créé par eux-mêmes et qui est de transformer le paysage urbain. C'est le résultat de l'antérieure concentration, dans des zones déterminées, de différentes communautés ; l'installation de leurs entreprises suppose la réponse à une demande de produits qui ne sont pas satisfaits dans le commerce autochtone et qui symbolisent, aussi, la recherche d'alternatives de travail à la segmentation du marché.

Dans l'installation de commerces nous pouvons observer différentes situations. Nous pouvons parler de l'apparition d'économies ethniques comme cadre général et, à partir de là, analyser les minorités intermédiaires, les entrepreneurs d'enclave ou les enclaves économiques ethniques. Dans ce travail, aidés par la représentation graphique sur des plans de différentes villes de la province, nous posons la question de si ce groupement est suffisant pour la formation d'enclaves économiques ethniques.

Mots clés: Economie ethnique, contexte de réception, enclave économique ethnique.