

“Territorios étnicos urbanos y negocios étnicos”
“Urban Ethnic Territories and Ethnic Businesses”

Pau Serra del Pozo

Universitat Internacional de Catalunya

Cr. Immaculada 22

08017-Barcelona

Resumen:

El impacto de las economías étnicas en los barrios de muchas ciudades es muy notable. Los emprendedores inmigrantes o étnicos han tenido un papel fundamental en la revitalización de muchos centros y periferias urbanos en estado de abandono que se han transformado en distritos de negocios étnicos, en territorios étnicos urbanos. La combinación de procesos geográficos de la concentración o dispersión de negocios étnicos, su diversidad o especialización, la composición coétnica o multiétnica de los barrios donde se localizan los negocios étnicos configura los tipos diversos de las formas de áreas comerciales étnicas. Las “centralidades étnicas”, concentraciones de negocios de emprendedores inmigrantes o étnicos, muestran con frecuencia los efectos de los procesos geográficos de la concentración como de la centralización urbana, así como la presencia de residentes co-étnicos en un área más bien monoétnica. Algunos enclaves étnicos en los centros urbanos presentan una coincidencia entre una alta densidad de comerciantes étnicos y residentes co-étnicos. De todos modos, a lo largo del tiempo o bien en otros lugares, otras tipologías de paisajes de negocios étnicos han emergido en zonas urbanas donde la mayoría de los residentes ya no son co-étnicos. Estos espacios son las “centralidades étnicas minoritarias”, las “centralidades multiétnicas minoritarias”, las “centralidades étnicas especializadas” y la “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios”. La metodología del artículo se basa sobre la propia investigación del autor de los negocios étnicos en Barcelona y sobre su exploración en otros territorios urbanos étnicos en Madrid y París, junto con una revisión de la literatura reciente sobre paisajes de negocios étnicos en ciudades de Norteamérica, Australia y Europa.

Palabras clave: espacios de negocios étnicos, concentración, suburbanización, dispersión, barrios multiétnicos.

Abstract:

The impact of the ethnic economies in neighbourhoods of many cities is quite remarkable. Migrant entrepreneurs have been critical in the revitalisation of many derelict urban cores and peripheries which have been transformed into ethnic businesses districts, urban ethnic territories. The combination of geographical processes of concentration or dispersion of ethnic businesses, their diversity or specialisation, the coethnic or multiethnic composition of the neighbourhoods where they locate shapes diverse types of ethnic businesses areas. 'Ethnic centralities', say concentrations of businesses run by immigrant or ethnic entrepreneurs, show often the effects of both geographical processes of concentration and urban centralisation and also the presence of co-ethnic residents in a rather monoethnic area or neighbourhood. Some inner-city ethnic enclaves show a rather coincidence between a high density of ethnic entrepreneurs and co-ethnic residents. Yet, over time or in other places, other typologies of landscapes of ethnic businesses have emerged in districts where the majority of residents are not co-ethnic any longer. These spaces are 'minoritarian ethnic centralities', 'minoritarian multiethnic centralities', 'specialised ethnic centralities' and 'dispersion of minoritarian ethnic entrepreneurs'. The paper's methodology is based upon the author's own research of ethnic businesses in Barcelona and upon his exploration in some ethnic businesses' areas in Madrid and Paris, along with a review of recent literature on landscapes of ethnic businesses in metropolitan North America, Australia and Europe.

Keywords: ethnic businesses areas, concentration, suburbanisation, dispersion, multiethnic neighbourhoods.

1. “Centralidades étnicas”: ¿revitalización urbana o *guetización*?

Este trabajo¹ trata de establecer y describir una tipología de espacios donde se implantan los negocios étnicos, es decir las actividades económicas dirigidas por emprendedores pertenecientes a grupos étnicos, sobre todo de grupos de inmigrantes, pero también de otras minorías², en ciudades tanto de sociedades avanzadas como de sociedades en desarrollo. Estos espacios los he denominado “centralidades étnicas”, “centralidades étnicas minoritarias”, “centralidades multiétnicas minoritarias”, “centralidades étnicas especializadas” y “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios”. Estos cinco espacios de negocios étnicos se configuran a partir de procesos geográficos de concentración o de dispersión, de centralización urbana o de suburbanización, usados por los inmigrantes como verdaderos recursos espaciales en sus estrategias empresariales. Los cinco tipos de espacios se caracterizan además por la diversidad o la especialización de las actividades de los emprendedores étnicos. La metodología del artículo se basa en una revisión de la literatura sobre los paisajes de los negocios étnicos sobre todo en áreas metropolitanas en Norteamérica, Australia y Europa, sin descartar algunos otros ejemplos en África, Asia y América Latina, y en mi propia investigación y exploración en diversos espacios de negocios étnicos, en especial en Barcelona, Madrid y París.

La inmigración internacional, al menos en Estados Unidos, es sobre todo un fenómeno urbano: en 2000, el 94% de los inmigrantes de ese país residía en áreas metropolitanas (Singer, 2006). En 1997 el 40% de los inmigrantes emprendedores de Holanda se hallaban

¹ Manuel Ferrer, Naïk Miret, Emmanuel Ma Mung, Cédric Audebert, Anne Raulin, Vasoodeven Vuddamalay, Alain Battegay y Joaquín Beltrán me han ayudado con sus comentarios por lo que les agradezco mucho su labor. Además estoy también muy agradecido al Departamento de Geografía de la Universidad de Poitiers, a su director Michel Desse y en especial a MIGRINTER (Migrations Internationales, del CNRS, Centre National de la Recherche Scientifique), en Poitiers (Francia) y a su director William Berthomière por su invitación a realizar una estancia de tres meses de investigación en la sede del laboratorio, entre septiembre y diciembre de 2007. Este periodo de investigación ha hecho posible la redacción de este artículo.

² Para definiciones de “negocio étnico” u otras parecidas como “emprendedor inmigrante”, cfr. Light y Gold (2000), Ma Mung (1996), Checa y Arjona (2006), Beltrán *et al.* (2007), Rath (2002), Loda y Mancini (2003), Dinh (2006), Rušinović (2006), Kaplan (1998), García Ballesteros *et al.* (2006) y Solé *et al.* (2005 y 2007). Tal vez haya tantas definiciones como investigadores se ocupan de estos temas. Para Rath (2002) no conviene preocuparse excesivamente por alcanzar un consenso sobre los conceptos de “negocio étnico” o “emprendedores inmigrantes” o “étnicos”, etc. Rath se conforma de manera pragmática con los diferentes pareceres de autores de diferentes países y contextos. Rath destaca con sentido del humor que ni siquiera en el manual “Ethnic Economies” de Light y Gold (2000) existe una explicación sobre la “etnicidad”. En cualquier caso, señalo como punto de partida que para Barth (1969, citado por Raulin, 2000 y por Torres, 2007) los grupos étnicos se manifiestan diferenciándose de otros grupos con los que conviven a partir de algunos rasgos socio-culturales.

en las cuatro principales ciudades holandesas, sobre todo en Amsterdam (Kloosterman *et al.*, 1999). Algunos autores han insistido en los efectos de revitalización en centros urbanos grandes o pequeños o en zonas suburbanas hasta entonces degradados a partir de la aparición de concentraciones de negocios étnicos en las ciudades, sobre todo de pequeños comercios³. Esas concentraciones de emprendedores inmigrantes configuran las denominadas “centralidades minoritarias” (Raulin, 2000), “centralidades interétnicas” (Ferrer Regales, 2006) u otras expresiones similares⁴. **“Centralidades étnicas”** es la expresión que prefiero utilizar⁵.

Para Airriess (2006) la ocupación por vietnamitas⁶ de una zona comercial suburbana semi-abandonada de Versailles, en New Orleans, consiste en una *ethnic gentrification*. Pero tal vez el sentido de Airriess de *ethnic gentrification* tenga más que ver con una revitalización étnica que con la expulsión de antiguos residentes de menor capacidad económica con que se suele asociar el concepto “gentrification”. *Little Tokyo* en Los Angeles ha experimentado una *ethnic gentrification* de otro género, a través de empresas japonesas multinacionales. Esta “*gentrificación étnica desde arriba*” ha tenido resultados no deseados para los antiguos residentes de origen japonés en el barrio (Smith, 2006). La revitalización de Harlem en los años 1990 también ha supuesto una *ethnic gentrification* protagonizada por acomodados negros americanos recién llegados al barrio (Godfrey, 2007).

³ Shaw *et al.*, 2004; Kaplan y Li, 2006b; Light y Gold, 2000; Buckley, 2007; Lo, 2006; Kaplan, 1998; Teixeira, 2006; Li *et al.*, 2006; Loukaitou-Sideris, 2002; Godfrey, 2007; Rekers y van Kempen, 2000; Rath, 2002; Rath, 2007; Garcés, 2007; Arjona y Checa, 2005; Alberts, 2006; Kloosterman *et al.*, 1999; García Ballesteros *et al.*, 2006.

⁴ Ferrer Regales (2006) también las denomina “microcentralidades”; Toubon y Messamah (1991), “centralidades inmigradas”; Kaplan (1998) menciona la expresión *ethnic central place*; Wilson (2007), *black business districts*; Arreola (2007), *ethnic shopping streets* y *Mexican downtown*; Ma Mung (1998), *territoires marchands centraux*; Battegay (1992), *quartiers centraux*. La expresión *ethnic business districts* (Li, 1998 y 2007 y Gober, 2000) o *espaces marchands ethniques* (Dinh, 2006) o *ethnic business area* (Vuddamalay, 2007) me parecen también equivalentes a la de “centralidades étnicas”, aunque en inglés *ethnic downtown* tiene la ventaja de la brevedad. Waldinger *et al.* (1990) utilizan la expresión *central business district of Chinatown* (en New York), *local ethnic market* o simplemente *ethnic market* y *local retail enclave*. Light y Gold (2000) mencionan los *small business districts* o *business districts* de los grupos étnicos; Godfrey (2007), *ethnic districts* o *urban ethnic landscapes* o *ethnic main street*; Torres (2006) describe el barrio de Russafa como *centre de negocis ètnics*, en catalán.

⁵ Prefiero la expresión “centralidades étnicas” a la de “centralidades minoritarias”. La primera parece tener más resonancias con la literatura sobre migraciones. Por otra parte la “etnicidad” me parece más inclusiva o genérica que “minorías”, ya que la etnicidad puede hacer referencia tanto a grupos minoritarios como mayoritarios en una determinada ciudad, zona o país.

⁶ Utilizo en general en los dos artículos los nombres de las nacionalidades no para referirme necesariamente a personas extranjeras, “vietnamitas” en este caso, sino más bien a personas cuyo origen es esa nacionalidad,

En Londres, las autoridades han “etiquetado” la “marca” *Banglatown* en Spitalfields, en el *borough* de Tower Hamlets, actual barrio de inmigrantes de Bangladesh, anteriormente barrio judío (Shaw *et al.*, 2004), con notable éxito, “excesivo” éxito tal vez, hasta el punto de que los habitantes inmigrantes del barrio están sufriendo las consecuencias de la *gentrificación* y de la folclorización de su identidad. En cualquier caso los negocios étnicos son vistos como un recurso, una riqueza.

Sin embargo, en ocasiones se argumenta que las actividades económicas de los inmigrantes favorecen la aparición de *ghettos* (Aramburu, 2000) o de *ghettos comerciales*. La frecuente repetición de tipologías comerciales, el escaso sentido estético de los escaparates, los rótulos en idiomas diferentes del oficial, el ruido o la falta de higiene, la no observancia de las regulaciones sobre el pago de impuestos, licencias de aperturas, contratación laboral y horarios, entre otros aspectos, son motivos más o menos reales de quejas por parte sobre todo de comerciantes autóctonos y de algunas asociaciones que los representan y en ocasiones de vecinos del barrio donde se implantan los negocios étnicos. Este tipo de tensión se puede observar por ejemplo en el caso de los comercios mayoristas textiles chinos en Barcelona, en el Eixample (también en otras zonas y tipos de comercios, como en Ciutat Vella, la ciudad histórica de Barcelona: Serra, en prensa); en París, en el barrio de la calle Popincourt y alrededores (Dinh, 2006 y Cohen, 2003); también en Madrid, en Lavapiés; y allí donde se ve el comercio étnico como una amenaza para el comercio tradicional de proximidad, como en el barrio del Esquilino, en Roma (Krase y Hum, 2006), en ciudades de la provincia de Almería (Arjona y Checa, 2005) y hasta en Dakar⁷.

De todos modos, en Ciutat Vella, en Barcelona, los representantes de asociaciones de comerciantes que destacan aspectos positivos en relación a la presencia de los negocios étnicos señalan el factor “portes obertes” (en catalán, “puertas abiertas”): los inmigrantes emprendedores desde la segunda mitad de los años 1990 han conseguido reabrir las puertas de locales comerciales que llevaban años cerradas en el barrio a causa de la crisis del pequeño comercio de proximidad. La abundancia de comercios abiertos en una calle suele mejorar la seguridad en el barrio, atrae a nuevos clientes, dota de servicios a la clientela local, etc.

independientemente del o de los pasaportes de que dispongan. En consecuencia, siguiendo el ejemplo, por “vietnamitas” me refiero a “personas de origen vietnamita”.

⁷ disponible en http://www.afrikeco.com/articles/economie.php3?id_article=5337 (3-1-2008)

Por estos y otros motivos la presencia de una intensa actividad económica debería descartar la idea de *ghetto*. En algunos barrios de inmigrantes de la *banlieue* parisina, sin apenas actividad comercial, sí podrían merecer el calificativo de *ghetto* para Goldring (2006). En la misma línea, para Zhou (1992) la presencia de negocios de emprendedores chinos en la *Chinatown* de Manhattan evita la conversión de este barrio en un *ghetto* más, como muchos barrios de minorías étnicas en Estados Unidos.

Para Chacko (2003, citado por Airriess, 2006), la atracción de una centralidad étnica no es solo comercial sino que puede ir unida a otras de tipo social (ir a visitar a los amigos o parientes) o religiosa (ir al centro de culto, como los pequeños oratorios musulmanes que existen en Ciutat Vella, en Barcelona, o el templo católico chino dentro del recinto de la parroquia católica en la *Petite Asie* de París, o los centros de culto de tres religiones en la Goute-d'Or, o la iglesia de Mary Queen of Vietnam Church en el barrio de Versailles de New Orleans, las iglesias e instituciones coreanas en Koreatown en Los Angeles, etc.). Chacko denomina esos espacios con superposiciones de ámbitos *ethnic sociocommercescapes*, es decir territorios urbanos étnicos.

La renovación del barrio que efectúan los inmigrantes no es tan solo funcional, referida a las actividades económicas, lo es también desde otros puntos de vista, como el residencial⁸. Los inmigrantes portugueses de *Little Portugal* en Toronto llevaron a cabo remodelaciones de viviendas en el barrio que ocuparon (Teixeira, 2006).

A las centralidades étnicas, concentraciones de negocios regentados por minorías étnicas y dirigidos en parte a ellos⁹, suelen acompañar también concentraciones de residentes coétnicos y de otros establecimientos, como centros de culto. En cualquier caso es indudable que la presencia de estos nuevos espacios de “centralidad” está modificando el espacio formal, social y funcional de muchas ciudades con una intensa inmigración. Espacios como los *Little Italy* en New York, las *chinatowns* en tantas ciudades norteamericanas¹⁰, los *barrios* o *colonias* latinos en Estados Unidos, las *Little Tokyo*, *Koreatown*, *Little Armenia*, *Thai Town*, *Little Saigon* y *Little Ethiopia* de Los Angeles, la

⁸ Lo mismo podría decirse de otros aspectos, como la re-utilización del espacio público, la re-ocupación de las aulas de las escuelas, etc., que superan el ámbito de este artículo. Ver Aramburu (2000) estos aspectos para el caso de Ciutat Vella en Barcelona.

⁹ El “comercio comunitario”, en expresión de Ma Mung y Guillon (1986: 125), se dirige a los inmigrantes residentes.

Little Havana en Miami se manifiestan también en espacios urbanos con redes de inmigrantes desde hace décadas, en Gran Bretaña y en Europa continental occidental. En este sentido parece probable que en los próximos años las principales ciudades del sur de Europa mantendrán su “convergencia” hacia fenómenos experimentados en otras capitales europeas, tales como el *Banglatown* de Londres (Shaw *et al.*, 2004), el *Little Italy* de Manchester (Taylor, 2000) o las *Petite Asie*, *Little Jaffna*, *Little India* o el *tchawke* o lugar de encuentro paquistaní en París (Vuddamalay, 2007). Efectivamente las concentraciones de negocios chinos del sur de Europa son una realidad en el *quartiere* Sarpi en Milán (Cologna, 2006), en la piazza Garibaldi en Nápoles (Ma Mung, 2000; Miranda, 2007), en el *quartiere* di San Lorenzo en el centro histórico de Florencia (Loda y Mancini, 2003), en Barcelona en el Eixample (Beltrán y Sáiz, 2007; Beltrán, 2000 y Serra, 2006), en Lavapiés en Madrid (Riesco, 2007), en el barrio de Russafa en Valencia (Torres, 2007), etc. Los comercios chinos también se concentran en ciudades de Asia, África y América Latina. Lo que singulariza cada una de esas centralidades étnicas o concentraciones de negocios no es tanto la población residente coétnica cuanto los emprendedores étnicos que dan un sentido identitario a esos espacios (Ma Mung, 2000, se refiere a los espacios chinos pero su sentido es aplicable a espacios de negocios de otros grupos étnicos), territorios urbanos étnicos.

2. La geografía en los conceptos de “minorías intermediarias”, “economía de enclave étnico” y “economía étnica”

Los estudios de sociología sobre los emprendedores inmigrantes han atendido a aspectos relativos a las características de los negocios étnicos: estrategias de movilidad social ascendente o bien de supervivencia en las condiciones de la economía dual, las circunstancias familiares de los emprendedores étnicos, la financiación de los negocios, composición étnica y sexo de los empleados, el debate sobre la autoexplotación, etc. De alguna manera estos estudios también se han interesado acerca de la distribución geográfica de los negocios étnicos.

La centralidad étnica de *Little Havana* de Miami fue objeto de estudio a cargo de Wilson y Portes (1980). Los dos autores acuñaron la expresión “economía de enclave étnico” para

¹⁰ Sobre todo las de San Francisco (Godfrey, 2007), New York (Zhou, 1992), Los Angeles (Li *et al.*, 2006) y

referirse a ese territorio, y la vincularon a la concentración de emprendedores inmigrantes en una zona urbana delimitada. Otros autores han acuñado expresiones tales como “minorías intermediarias” (Bonacich, 1973) o han preferido utilizar el concepto de “economía étnica” (Light y Gold, 2000).

El debate en torno al uso de esas expresiones no está cerrado ni se ha alcanzado un consenso entre los investigadores (Portes y Shafer, 2006). No voy a extenderme en el comentario de este debate, tratado abundantemente en otras publicaciones¹¹. Me limitaré a intentar comentar cuál es el tratamiento del debate sobre los procesos geográficos que intervienen en la localización de los negocios étnicos.

Para Bonacich (1973) los *middlemen minorities* son emprendedores de un grupo étnico diferente a aquel al cual sirven o venden sus productos. Constituyen una minoría respecto al grupo predominante de la zona donde se ubican sus negocios. De ahí el interés de esos emprendedores a no “autoafirmarse” a través de la concentración geográfica, sino más bien a dispersarse, como sugiere Bonacich con su ejemplo de los comercios de alimentación chinos extendidos por toda la isla de Jamaica antes de 1911, aunque de hecho se sientan como extraños en país ajeno y promuevan una estrecha solidaridad coétnica y una tendencia a la auto-segregación residencial. Bonacich habla de la tendencia a la “concentración” de las minorías intermediarias (p. 587), pero no se trata de una concentración geográfica sino sectorial, es decir, una especialización funcional, como el hecho de que casi el 64% de los chinos en Jamaica en 1943 eran comerciantes, los cuales representaban tan sólo el 0,75% de la población activa masculina pero el 22% de los comerciantes. Kaplan (1998: 493) afirma que que las economías basadas en minorías intermediarias se extienden de manera dispersa entre la población.

Una estrategia diferente es la llevada a cabo en la “economía de enclave étnico” (*ethnic enclave economy*) que atendió más bien a criterios de concentración espacial de las empresas étnicas en una zona circunscrita (Wilson y Portes, 1980 y Portes y Bach, 1985). Sin embargo no es ese el único requisito para poder calificar a una zona urbana como “economía de enclave étnico”, sino que debe disponer de un mercado de trabajo étnico diferente del mercado general gracias al cual los emprendedores obtienen mayores

Toronto (Lo, 2006).

¹¹ Existen muchas referencias sobre este debate. Ver Portes y Bach (1985), Light y Gold (2000), Zhou (2004), Portes y Shafer (2006), Checa y Arjona (2006), etc.

beneficios que sus coétnicos que trabajan como empleados en los sectores económicos normales, no étnicos, como recuerdan recientemente Portes y Shafer (2006) a la comunidad científica.

La dificultad de validar empíricamente la hipótesis de la “economía de enclave étnico” conduce, como insisten los mismos autores, a que en realidad apenas se pueda aplicar a otros casos diferentes que los cubanos exiliados de la primera generación entre los años 1960 y los 1970 (la generación posterior de los Marielitos queda excluida, como también ha subrayado Alberts, 2006) en el área metropolitana de Miami, y el *Chinatown* de New York, estudiado por Zhou (1992). Por tanto, el concepto de “economía de enclave étnico” sería aplicado de manera inapropiada en otros casos según Portes y Shafer, quienes se lamentan de la confusión en el uso de este concepto excesivamente popular allí donde no se producen las condiciones exigidas por los autores, como la existencia de una gran concentración y diversidad de emprendedores étnicos y un extenso mercado de trabajo étnico propio. Los propios autores reconocen que validar esas condiciones de manera empírica no resulta una tarea sencilla de todos modos. Tampoco queda claro cuál son los umbrales de concentración y diversidad de emprendedores étnicos por encima de los cuales se puede afirmar que existe una “economía de enclave étnico”.

Para Waldinger (1993) es precisamente la condición de la concentración geográfica lo que restringe excesivamente el concepto de economía de enclave étnico. Light y Gold también insisten en la dificultad de encontrar en la realidad casos que cumplan los requisitos del “enclave”, lo cual les lleva a sostener un concepto mucho más genérico, el de *ethnic economies*:

“...the concept of ethnic economy makes no claim about the locational clustering or density of firms, which might indeed, be evenly distributed among neighbourhoods and industries. The concept of ethnic economy is agnostic about clustering” (Light y Gold, 2000: 10)

Así, las “economías étnicas” de Light y Gold incluyen a los emprendedores inmigrantes y a sus trabajadores coétnicos empleados. Waldinger (1993), en la misma línea que Light y Gold, propone simplemente abandonar el término de “enclave” y quedarse por tanto sólo con “economía étnica”. Parece consumarse entonces la a-espacialidad de las economías

étnicas. Zhou (1992) comprueba que la *Chinatown* neoyorkina se “extiende” fuera de sus límites más visibles en el Lower East Manhattan, con el establecimiento de “*Chinatowns* satélites” en los *boroughs* de Queens, en Flushing y Brooklyn, en Sunset Park y Bay Ridge (*quasi suburban Chinatowns*, en expresión de Waldinger y Tseng, 1992). ¿Se extiende por tanto la “economía de enclave étnico” en los suburbios o se diluye? Para Zhou (1992) la economía de enclave étnico tiene más que ver con la organización social y económica de un grupo étnico que con una concentración geográfica de negocios. Así parece más bien que Zhou quiere *salvar* el concepto de economía de enclave étnico a costa de eliminar lo que más le caracterizaba: la concentración espacial.

La escasa atención que el concepto de minorías intermediarias presta a la dispersión de los emprendedores étnicos, las restricciones del concepto de economía de enclave étnico y la pretendida a-espacialidad de las economías étnicas no impiden que nos preguntemos ¿cómo influye la geografía, los procesos geográficos en la configuración de los espacios donde se sitúan los negocios étnicos?

3. Las relaciones espaciales entre barrios de inmigrantes y centralidades étnicas. Los procesos de concentración y centralización de negocios étnicos.

Kaplan (1998), Kloosterman y sus colaboradores (1999) y Light y Gold¹² (2000), entre otros, destacan la asociación espacial entre barrios étnicos (barrios de inmigrantes o de minorías) y concentraciones de negocios étnicos.

Para Rekers y van Kempen (2000) las concentraciones residenciales de inmigrantes y de negocios étnicos muestran con frecuencia una asociación geográfica.

En Toronto la centralidad étnica portuguesa coincide con la zona de residentes portugueses en el *Little Portugal*. Con la disminución de los efectivos inmigrantes portugueses, en parte a causa de la suburbanización de los portugueses, los emprendedores de origen portugués de *Little Portugal* se muestran pesimistas (Teixeira, 2006). Los negocios étnicos portugueses dependen por tanto “excesivamente” de la demanda coétnica. Pero no es el único caso: la suburbanización de la población japonesa residente hacia finales de los años 1950 y 1960 llevó al abandono del *Little Tokyo* de Los Angeles y aceleró su declive demográfico y económico (Smith, 2006).

¹² A pesar del “agnosticismo” de estos dos últimos autores.

La población hispana de Phoenix, en Arizona, ha crecido del 13% en 1980 al 34% en 2000. Phoenix es la ciudad con más población latina en el sudoeste de Estados Unidos tras Los Angeles. La población hispana no se concentra solo en *inner-city barrios*, donde constituyen la mayoría de los residentes desde 1990, sino que cada vez más se dispersa entre las zonas suburbanas del norte de la ciudad. En cualquier caso en los *barrios* suburbanos o *colonias* se produce asimismo una concentración de negocios orientados a los latinos (Oberle, 2006).

También en algunos barrios de localidades de la provincia de Almería se concentran tanto inmigrantes residentes como emprendedores étnicos, como en Roquetas de Mar, las Casa Rosas en Las Norias de Daza en El Ejido y en los barrios de El Puche y de las Doscientas Viviendas de la capital almeriense (Arjona y Checa, 2005).

La diversidad de las actividades económicas constituye un rasgo importante de la centralidades étnicas. Éstas consisten por tanto no sólo en la concentración de pequeños comercios de proximidad para una clientela coétnica de barrio relacionados con la alimentación y la restauración, lavanderías, peluquerías, tiendas de ropa, locutorios, envío de remesas, tiendas de películas y música, etc. sino también de negocios más especializados o de mayor volumen para una clientela más amplia como joyerías, talleres, grandes supermercados, librerías, ópticas, tiendas de fotografía, medios de comunicación, profesionales de la medicina, del derecho y de la contabilidad, consultores, agencias de viajes, traductores, agencias inmobiliarias, etc. (Zhou, 1992; Collins, 2006; Godfrey, 2007; Raulin, 2000; Rajman y Tienda, 2000). En el *Koreatown* de Los Angeles existen otros negocios de coreanos, como escuelas de preparación a la universidad, academias de lengua coreana, guarderías, centros de karate y de música, centros de ocio, es decir iniciativas que facilitan una educación suplementaria (Zhou, 2004). A su vez, los negocios ofrecen en muchos casos una diversidad de productos y servicios (Arjona y Checa, 2005), como la venta de algunos productos alimenticios o bebidas en peluquerías o locutorios. Como he tenido ocasión de comprobar en Ciutat Vella, en Barcelona, parte de la prensa autóctona o algunos comerciantes autóctonos aducen que en esos casos algunos emprendedores inmigrantes no disponen de permiso para ofrecer esa diversidad de productos.

Waldinger *et al.* (1990) dedican un capítulo de su libro “Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies” a las relaciones espaciales entre los negocios étnicos de un

grupo y la configuración residencial de ese mismo grupo. Estos autores denominan a las centralidades de negocios étnicos que atraen no solo clientes coétnicos del barrio sino también a coétnicos de otros barrios y aun de fuera del municipio y de otras zonas del país *regional ethnic shopping centers*, como la concentración de 2000 comercios vietnamitas de la *Little Saigon* en Westminster, en California (Airriess, 2006 y McLaughlin y Jesilow, 1998), la *Petite Asie* de París, y las *Chinatown*s de Belgrave Road en Leicester, Soho en Londres y la de Liverpool, en menor medida, y las de Manhattan y de Sydney. Por tanto, según la influencia o alcance de las “centralidades étnicas” se las podría clasificar como “centralidades étnicas locales”, “centralidades étnicas metropolitanas”, “centralidades étnicas regionales”, etc.

La *Chinatown* de Sydney atrae visitantes de origen chino de todo el área metropolitana, no solo por sus comercios y servicios sino también por sus profesionales, como médicos y dentistas, como también ocurre con los italianos en la *Little Italy* de esa misma ciudad. Cada año visitan el *Asiatown* de Cambramatta en Sydney unas 350000 personas de toda Australia y del extranjero. En estas tres centralidades étnicas de Sydney muchos visitantes no coétnicos también se sienten atraídos por su ambiente festivo y exótico (Collins, 2006). Pero ¿qué es anterior, el barrio de inmigrantes o la centralidad étnica? Waldinger, McEvoy y Aldrich (1990) efectúan un paralelismo entre el antiguo enclave judío residencial y textil en el Lower East End de Manhattan y *Chinatown* en el mismo emplazamiento. Según ellos la industria textil del Lower East End de New York fue la que atrajo la mano de obra inmigrante judía a finales del siglo XIX, la cual instaló su residencia precisamente cerca de las industrias y almacenes, a causa de los bajos salarios y la dificultad del transporte. Ahí apareció un barrio judío floreciente con una centralidad étnica de más de 1430 comercios en 1890. Los protagonistas del barrio han cambiado a lo largo del tiempo, pero la dinámica es la misma: se mantiene la necesidad del *Garment Center* de la 7ª Avenida neoyorkina de disponer de mano de obra barata y flexible y cercana en el Lower East End. Actualmente es la mano de obra china, no la judía, la que abastece al centro de moda neoyorkino de la 7ª Avenida.

Green (1998), en la línea de Zhou, muestra precisamente como determinados sectores de la industria textil no han abandonado las grandes ciudades con una larga tradición industrial textil como New York y París. Si el sector textil más banal, menos sofisticado ha

abandonado los principales centros urbanos en un proceso histórico de deslocalización que arranca ya a finales del siglo XIX, en cambio el sector de la producción y de la distribución mayorista textil femenino, sujeto a los rápidos cambios de la moda no ha abandonado el centro urbano en París, donde se mantiene en el barrio de *le Sentier*, ni la 7ª Avenida de New York. Las escasas necesidades de capital y de tecnología de este sector facilitan que se encuentre aún presente en la economía urbana, a base de pequeños talleres (los llamados *sweatshops*) y de trabajo doméstico. De todos modos muchos talleres proveedores no permanecen ya en *le Sentier*, a causa de los altos precios del suelo, sino que se han trasladado a otros barrios más periféricos, en la *banlieue* Parísina e incluso en el extranjero. Green (1998) compara los barrios asiáticos de París y de New York. Para la autora no se puede trazar un paralelismo entre esos barrios en las dos ciudades, ni por su historia ni por su composición demográfica ni por sus lenguas ni por los tipos de barrios que han creado. De todas formas pienso que existen algunos puntos de comparación: los Asiáticos en París, tanto los residentes como los emprendedores, no se concentran en un único barrio, de la misma manera que la *Chinatown* neoyorkina actual ha adquirido un carácter multipolar en el área metropolitana a pesar de mantener una concentración mayor en el barrio original en el Lower East Side de Manhattan. Así, en París se podría hablar de una concentración comercial y residencial de cierta envergadura en la *Petite Asie*, en el *Triangle de Choisy*, y de algunas “sucursales”, tanto en el “París intra-muros”, como más allá del cinturón de ronda, en la *banlieue*.

En definitiva tanto *Le Sentier* como la 7ª Avenida son dos ejemplos que presentan la imbricación entre el capitalismo y la inmigración, entre las ciudades globales y la mano de obra inmigrada, como han mostrado Sassen (1991 y 1992) y Rath (2002), entre otros. Estos centros comerciales y de diseño textiles mantienen la atracción de una importante mano de obra de origen chino empleada cerca del centro urbano, en “centralidades étnicas resistentes a la suburbanización”, con la presencia de talleres textiles y de comercios mayoristas textiles de emprendedores de origen chino, en la “centralidad étnica” de *Chinatown* de New York y en la “centralidad étnica especializada” del *Sentier chino* del barrio de Popincourt en París.

4. Matices y excepciones que afectan a las “centralidades étnicas”.

A pesar de lo dicho en los ejemplos en la sección anterior la existencia de concentraciones residenciales étnicas no implica siempre la localización de negocios coétnicos. Una de las excepciones más dramáticas en Estados Unidos consiste en numerosos barrios de población afro-americana, los cuales albergan pocos emprendedores negros (Wilson, 2007 y Kaplan, 1998). Las causas pueden ser múltiples y complejas, para Kaplan y House-Soremekun (2006) no parecen ser estrictamente atribuibles a mayores índices de crímenes en esos barrios. Harlem en New York consiste en una excepción desde los años 1990, pues se trata de un barrio afro-americano donde existe una gran variedad de negocios, espectáculos, hoteles, etc. de emprendedores negros, junto con sedes de instituciones e iglesias (Godfrey, 2007).

En ocasiones la ausencia de una masa crítica de residentes étnicos limita el desarrollo de una zona de negocios coétnicos, como el caso de los caribeños en Gran Bretaña (Kaplan, 1998). A los emprendedores portugueses del *Little Portugal* de Toronto les preocupa que los residentes coétnicos sean cada vez menos en su barrio (Teixeira, 2006).

Para Kaplan (1998) y Kesteloot y Mistiaen (1997) la presencia de negocios de inmigrantes que requieren una demanda coétnica local concentrada es más bien propia de grupos étnicos que no han alcanzado la asimilación social ni espacial.

Kesteloot y Mistiaen (1997) describen la evolución de los establecimientos de restauración turca al norte del centro histórico de Bruselas, desde la aparición de bares turcos dirigidos a la comunidad turca en los años 1970, hasta los restaurantes exóticos turcos, considerados típicamente belgas en las guías turísticas, situados en las zonas más comerciales, no necesariamente cerca de los residentes de origen turco, y dirigidos a los consumidores en general.

Para Gober (2000) tampoco está tan clara la correlación entre una concentración residencial de inmigrantes y una centralidad coétnica correspondiente.

Little Village, en el sur de Chicago, constituía el mayor barrio mexicano del Midwest en EE.UU. en 1990, con un 82% de mexicanos sobre el total de la población, en contraste con sólo el 30% en 1970. Este crecimiento de residentes mexicanos se ha considerado crucial para la aparición de una demanda que soporta negocios mexicanos en el barrio, hasta el punto que hacia 2000 la calle West 26th constituía el segundo eje comercial de Chicago

(Raijman y Tienda, 2000). En 1994 Raijman y Tienda contabilizaron hasta 1000 negocios visibles en la calle. Estos autores contabilizaron un 75% de negocios de hispanos, sobre todo mexicanos. El 12% consistían en negocios dirigidos por blancos no hispanos y el 13% restante estaba dividido entre chinos, coreanos y emprendedores del Oriente Próximo y del sur de Asia. Así, si en Little Village existe una gran mayoría mexicana de residentes, no todos los negocios son coétnicos sino que existe una cierta diversidad étnica. De todos modos el predominio, la “visibilidad” corresponde a los negocios mexicanos de manera que se podría hablar de una centralidad mexicana en ese barrio.

Estamos, por tanto, ante un problema similar al de las “economías de enclave étnico”: cómo establecer los rangos o los límites para considerar la existencia o no de una “centralidad étnica”. Vuelvo a este problema metodológico en las conclusiones del artículo. Las herramientas de que disponemos ahora, los Sistemas de Información Geográfica, deberían ayudarnos a resolver cuestiones de cuantificación, de límites geográficos y de escalas geográficas. Serán necesarias investigaciones posteriores que validen empíricamente las centralidades étnicas y los otros espacios de negocios étnicos que explico en el segundo artículo.

Puede haber barrios étnicos sin apenas negocios coétnicos. También puede suceder que aparezcan centralidades étnicas o emprendedores étnicos dispersos sin una población residente coétnica en la misma zona. Kaplan (1998) se pregunta si la ausencia de una concentración espacial residencial de inmigrantes afecta al desarrollo de los negocios coétnicos. Para este autor la asociación geográfica de los dos fenómenos ha sido y es objeto de especulación pero no ha sido aún probada empíricamente. Estoy de acuerdo, me parece que es una investigación aún pendiente de realizarse diez años después de la afirmación de Kaplan. En definitiva existen otros tipos de espacios de negocios étnicos diferentes de las centralidades étnicas, descritas hasta ahora, que siguen otras lógicas o procesos geográficos, los cuales serán abordados en un eventual segundo artículo.

5. Otros tipos de centralidades étnicas. Los efectos de la suburbanización.

A continuación trato de explicar las excepciones a las “centralidades étnicas”. He categorizado esas excepciones en cuatro tipos de espacios de negocios étnicos: “centralidades étnicas minoritarias”, “centralidades multiétnicas minoritarias”, “centralidades étnicas especializadas” y “dispersión de emprendedores étnicos

minoritarios”. En esta sección trataré acerca de los primeros tres espacios, los cuales responden todavía a fenómenos de concentración de negocios étnicos y, con frecuencia, a fenómenos de suburbanización de la población coétnica correspondiente.

La disociación espacial entre las zonas residenciales de inmigrantes y las concentraciones de negocios coétnicos y de los espacios de socialización coétnica responde al fenómeno del *heterolocalism*, un modelo de integración social y espacial alternativo al asimilacionista y al multicultural (Zelinsky y Lee, 1998; Li, 2007). Para Raulin (2000) esta separación no es ajena a la sociedad mayoritaria, sino que manifiesta los procesos crecientes desde el siglo XIX a la separación de zonas funcionales, para trabajar, para residir, para comprar, para divertirse, etc.

En la *Petite Asie* se concentran algunos supermercados de dimensiones relevantes y muchos pequeños comercios asiáticos en un barrio renovado periférico interno de París, bien comunicado por transporte público y por grandes avenidas, cercano al *périphérique* o cinturón de ronda que envuelve París y lo hace accesible a los asiáticos parisinos y de la *banlieue*.

¿Cuáles son las consecuencias de esta dispersión de la población inmigrante o étnica en los suburbios en relación a las concentraciones de negocios étnicos, muchas de las cuales han tenido su origen en el centro metropolitano? Por otra parte, ¿las concentraciones de los negocios étnicos se han suburbanizado también? ¿Han acompañado siempre a la población coétnica suburbana?

Rekers y van Kempen (2000) señalan la posibilidad de la separación entre las zonas de residencia de los inmigrantes y las zonas donde los emprendedores coétnicos tienden a concentrarse.

En las **“centralidades étnicas minoritarias”** no se produce una correspondencia entre la nacionalidad o el origen étnico del grupo de negociantes predominante y el origen étnico de la mayoría de los residentes de la zona. En cambio en las “centralidades étnicas” se produce una relación muy estrecha entre concentraciones de residentes de un determinado grupo étnico y concentraciones de negocios del mismo grupo étnico. Es decir, las “centralidades étnicas minoritarias” constituyen concentraciones de negocios de titulares de un grupo étnico en un entorno residencial no dominado por compatriotas de los negociantes. La *Chinatown* del centro de Sydney (Collins, 2006) contiene una alta concentración de

residentes de origen chino y abundantes negocios coétnicos. Esa *Chinatown* responde por tanto a los rasgos de una “centralidad étnica”. Sin embargo otras dos activas concentraciones de negocios étnicos en los suburbios del área metropolitana de Sidney, como *Little Italy*, en Leichhardt y *Asiatown*, en Cabramatta, no contienen una mayoría de población coétnica correspondiente residente. En Leichhardt que alberga *Little Italy*, concretamente, en 1961 vivían 6000 italianos; en 1981 solo tenía 1000. Para Collins (2006) no son los residentes italianos los que mantienen ahora y antes activa la centralidad sino los emprendedores de esa nacionalidad. Considero por tanto que esa *Little Italy* es una “centralidad étnica minoritaria”: los emprendedores italianos están en minoría respecto a una mayoría de residentes no italianos en ese barrio.

En la *Koreatown* de la ciudad de Los Angeles, dos tercios de los habitantes son “latinos” y solo una quinta parte coreanos. Lo que caracteriza a esa *Koreatown* no es lógicamente la etnicidad de la mayoría de sus residentes sino la concentración de las actividades económicas de coreanos (Zhou, 2004), sean quienes sean los clientes. De hecho los bancos coreanos en *Koreatown* no solo atienden a la población coreana sino también a la hispana (Li *et al.*, 2006). Además la escasez de población coreana en *Koreatown* queda compensada por el atractivo que ejerce entre los coreanos de otros barrios de Los Angeles que acuden ahí para comprar, comer y entretenerse (Waldinger *et al.*, 1990; Zhou, 2004). Para Zhou (2004), los emprendedores coreanos de *Koreatown* constituyen simplemente “minorías intermediarias” aisladas de la mayoría de los residentes latinos. Me parece coherente, pero además, es tal la concentración de empresas coreanas que veo también una “centralidad étnica minoritaria”.

La permanencia de una *Chinatown Central* en el *downtown* o centro urbano de Toronto es compatible con la suburbanización de numerosos *shopping malls* (centros comerciales suburbanos) de origine chino en los municipios alrededor de la ciudad. Algunos *shopping malls* chinos adquieren los mismos nombres de centros comerciales populares en Hong Kong, como “Times Square” o “Pacific Mall”, el *mall* chino más grande de Norteamérica. La influencia de estas centralidades étnicas atrae clientes más allá del *Greater Toronto Region*. La mayoría de los *malls* chinos no se encuentran localizados en barrios donde la población china es mayoritaria, están por todas partes (Lo, 2006). En 10 de los 16 municipios del *Greater Toronto Region* que Lo analiza existe una sobredimensión de

shopping malls chinos respecto a la población china residente. Por esta razón la mayor parte de estas grandes superficies comerciales se pueden considerar “centralidades étnicas minoritarias”. El resultado de esta suburbanización de centralidades étnicas es el de “concentrations within dispersion”, como resume Lo, es decir “constelaciones” de centralidades chinas dispersas en los suburbios.

En ocasiones las “centralidades étnicas minoritarias” pueden consistir en concentraciones de emprendedores étnicos que han permanecido en su antiguo enclave residencial tras la salida de sus coétnicos. Los antiguos enclaves judíos en el Lower East Side en Manhattan, en el Marais o Pletzl de París y en el East End de Londres constituían todavía en los años 1980 importantes centros culturales y comerciales judíos (Waldinger *et al.*, 1990). Efectivamente, los judíos residentes en el *Quartier Juif* de París, en la rue Rosiers y alrededores no constituyen más que el 25% del total de los habitantes de la zona (Brody, citado por Raulin, 2000), mientras que los comercios judíos, comunitarios¹³ o no, constituyen la mayoría de los comercios en el *Quartier*, junto a otros espacios étnicos, como sinagogas o escuelas.

En segundo lugar, las “**centralidades multiétnicas minoritarias**” consisten en concentraciones de negociantes de diversas nacionalidades o grupos étnicos en barrios donde no suele predominar de forma clara un grupo coétnico residente. Es decir, de alguna manera existe una correspondencia entre la multiétnicidad de los emprendedores y la multiétnicidad de los residentes en el barrio. Li (1998 y 2007) ha caracterizado los *ethnoburbs* como suburbios multiétnicos. Li y sus colaboradores (2006) hablan de *multiethnic settlements* en Estados Unidos. Para Chacko y Cheung (2006) en ese país existen ciudades multiculturales con barrios de múltiples minorías. Estados Unidos ha entrado desde 1991 en una “nueva era dorada de barrios multiétnicos” (Denton y Massey, 1991, citados por Zelinsky y Lee, 1998). Por tanto, en este tipo de entornos multiétnicos es donde se instalan las “centralidades multiétnicas minoritarias”.

La *Petite Asie* de París consiste en otra “centralidad multiétnica minoritaria” si atendemos hoy todavía a los datos de Anne Raulin (2000) de 1990: la población asiática no constituía en esa fecha más que el 3.5% del *arrondissement* o distrito, entre los inmigrantes,

¹³ El “comercio comunitario”, en expresión de Ma Mung y Guillon (1986: 125) se dirige a los inmigrantes residentes.

refugiados con frecuencia, procedentes de Camboya (3201), Laos (873), Vietnam (740) y China-Taiwan (371). En cambio el comercio era y es mayoritariamente asiático en una zona más reducida del barrio, en el Triangle de Choisy o *Petite Asie*. Los titulares de los comercios tienen unas procedencias similares a las de los propios residentes, es decir nos hallamos ante una centralidad comercial de múltiples grupos étnicos en un barrio donde los asiáticos son una minoría multiétnica.

Tarius (1995) identificó a mediados de los años 1990 el *comptoir commercial* del barrio Belsunce de Marsella, una centralidad multiétnica minoritaria magrebí, donde los residentes magrebíes no formaban más que el 55% de la población del barrio: “La vision d’un Belsunce ‘tout Arabe’, aux populations indifférenciées, entretenu par la plupart des marseillais, est particulièrement erronée” (p. 28).

Dearborn, en los suburbios de Detroit (Michigan) es la ciudad norteamericana con más población árabe, compuesta por palestinos, libaneses, iraquíes, yemeníes, etc. En la zona este de la ciudad los árabes constituyen hasta el 45% de la población en los distritos censales correspondientes. Ahí es donde se localiza una “centralidad multiétnica minoritaria” con negocios de representantes de todas las nacionalidades árabes de la ciudad, el diario *Arab American News*, además de otras instituciones como siete mezquitas, una de las cuales es de las más grandes del país, y la cámara de comercio árabe-americana (Chacko, 2007).

El distrito de Ciutat Vella de Barcelona representa otro ejemplo de “centralidad multiétnica minoritaria”. En este distrito la inmigración es alta pero no mayoritaria, con alrededor de un 37% de residentes extranjeros en 2004 de múltiples nacionalidades: paquistaníes, marroquíes, dominicanos, filipinos, etc. Los emprendedores paquistaníes suponen aproximadamente en ese año un tercio del total de los comerciantes étnicos. Les siguen los comerciantes indios (17%), los emprendedores chinos (16%), los marroquíes (9%), los bengalíes y los filipinos (3% respectivamente), etc. (Serra, 2006).

La Rue du Faubourg Saint Denis de París constituye un espacio de negocios multiétnicos, con la presencia de peluquerías, restaurantes, bares, tiendas de alimentación tanto de turcos como de indios y paquistaníes de diversos orígenes, tamiles de Sri Lanka, indo-mauricios, etc. que Vuddamalay (2007) denomina genéricamente *Little India*, donde se encuentran sub-especializaciones como *Little Jaffna*, *Little Punjab* y el bazar o *tchawke* paquistaní. El

detallado trabajo de campo ha permitido a Vuddamalay, de origen indo-mauricio, distinguir esos subespacios dentro de *Little India*.

Esta minuciosidad lleva a plantearme cuestiones de escala geográfica y de delimitación de los espacios de negocios monoétnicos y multiétnicos: ¿cómo delimitar esos espacios de negocios, tanto el genérico que engloba las diferentes etnicidades, como los subespacios correspondientes? La presencia de los negocios turcos en ese mismo espacio ha llevado a Dinh (2002) a estudiar *La petite Turquie*. Dinh y Vuddamalay superponen por tanto las diferentes etnicidades de espacios de negocios en un mismo entorno. Ese entorno se puede considerar globalmente o a una escala más pequeña como una “centralidad multiétnica minoritaria”, donde ningún grupo de emprendedores étnicos goza de predominio absoluto, como he decidido en el caso de Ciutat Vella en Barcelona. Sin embargo reclamar la existencia de “micro-centralidades étnicas minoritarias” a una escala mayor me parecería legítimo.

A continuación, las “**centralidades étnicas especializadas**” suponen la concentración de negocios especializados dirigidos con frecuencia por emprendedores de un mismo grupo étnico. La especialización funcional es lo que más caracteriza este tipo de centralidad. Lo más común es que las “centralidades étnicas especializadas” sean, por otro lado, “minoritarias”. Las concentraciones de negocios de mayoristas textiles chinos en los barrios donde los chinos no son el principal grupo residente en Lavapiés en Madrid (Riesco, 2007), en la zona del Eixample en la calle Trafalgar y alrededores, junto a Ciutat Vella, en Barcelona (Beltrán y Sáiz, 2007 y Serra, 2006), en las calles Popincourt y Sedaine, en París (Cohen, 2003) y en la piazza Garibaldi en Nápoles (Miranda, 2007). Otros ejemplos pueden ser el eje de tiendas de indios sindis que venden *souvenirs* en la Rambla de Barcelona (Serra, 2006) y el eje de restaurantes sudasiáticos de la llamada *Curry Mile* en Manchester (Barret y McEvoy, 2006).

6. Los procesos de dispersión de los emprendedores étnicos.

Los casos de “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios” en el tejido urbano responden más bien al fenómeno de las *middlemen minorities* (Bonacich, 1973), que Waldinger, McEvan y Aldrich (1990) describen como “doing business outside the ethnic community”. La dispersión constituye, como la concentración, un recurso espacial pues permite disponer de una clientela no coétnica más amplia (Gober, 2000), ya que la demanda

coétnica puede ser insuficiente en ocasiones, como sucede en el *Little Portugal* de Toronto, cuya población portuguesa está en declive (Teixeira, 2006). García Ballesteros y sus colaboradores (2006) manifiestan la orientación generalista de muchos emprendedores inmigrantes en el área metropolitana de Madrid, los cuales prefieren en la mayoría de las ocasiones localizar sus negocios en los ejes comerciales más importantes en vez de situarse en barrios con una demanda coétnica más restrictiva.

La diferencia básica entre las “centralidades étnicas minoritarias” y de los casos de “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios” es geográfica. En ambos casos el origen de los emprendedores es distinto de los grupos étnicos residentes. En el primer caso, sin embargo, se produce una concentración de negocios en una zonas o barrio delimitado; en el segundo se trata de una dispersión de negocios étnicos a escala metropolitana. Otra diferencia consiste en que en las “centralidades étnicas minoritarias” suele producirse una cierta diversidad de negocios étnicos, mientras que los emprendedores étnicos minoritarios dispersos suelen especializarse en un comercio de proximidad, como las lavanderías chinas en New York antes de 1965; los restaurantes chinos en París y Barcelona; los bazares chinos en Madrid; o bien, los comerciantes coreanos de comestibles de New York que monopolizaban este negocio en los años 1980, sobre todo en barrios menos favorecidos mientras que ellos vivían en otros barrios más favorecidos (Zhou, 1992). Waldinger *et al.* (1990) facilitan otros ejemplos de “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios” especializados de los años 1980 como los restaurantes de bangladeshis Sylheti en ciudades del Reino Unido y los bares, restaurantes y venta de licores de los libaneses en Toledo (Ohio, EE.UU.).

La dispersión de los emprendedores étnicos puede combinarse con estrategias de concentración. Así, si un tercio de los emprendedores coreanos se concentra en la *Koreatown* de Los Angeles de los años 1980, también es cierto que los otros dos tercios de los negociantes coreanos se hallaban dispersos en el 87% de las 10000 zonas postales del condado de Los Angeles (Waldinger *et al.*, 1990): “centralidad étnica minoritaria” por tanto en *Koreatown*, compatible con una dispersión de negociantes étnicos a escala metropolitana donde la base de la clientela no es coreana (Reimer, 2007). Otro ejemplo de estrategia mixta lo constituye Phoenix en Arizona, donde además de una pequeña *Chinatown* se

dispersan numerosas tiendas de alimentación chinas repartidas en barrios donde los residentes mayoritarios son mexicanos (Li, 2007).

Los restaurantes chinos son los clásicos ejemplos de “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios” especializados, presentes en numerosas capitales europeas. La saturación de restaurantes chinos dispersos en el Reino Unido condujo a una emigración de restauradores chinos hacia Alemania Occidental y los países escandinavos hacia los años 1970. Esta ola migratoria especializada se traslada más adelante al sur de Europa, como destaca Watson (1977, citado por Waldinger *et al.*, 1990). Beltrán (2000) desvela la estrategia espacial de los chinos en España a partir de los años 1970. Los restauradores chinos “acompañan” a los turistas de Europa Occidental que disfrutan del arco mediterráneo español y de la atracción de Madrid y de Barcelona, con la misma idea de la dispersión urbana. A medida que los destinos turísticos españoles se saturan, los chinos tienden a instalar sus restaurantes en localidades menores del interior en torno a los 10000 habitantes. La dispersión se manifiesta por tanto a escala continental, estatal, regional como también a nivel local. Beltrán censa más de 500 restaurantes chinos repartidos en Barcelona en 2000. Este autor subraya el alto nivel de competencia entre los restaurantes chinos, razón por la que persiguen la estrategia de la dispersión geográfica.

Por otro lado, los paquistaníes y en menor medida los bangladeshis están retomando los comercios de proximidad de alimentación en Barcelona. Estos tipos de negocios se encuentran ciertamente concentrados en el distrito de Ciutat Vella y especialmente en el barrio de El Raval en Ciutat Vella, que Moreras (2005) llamó *Ravalistán*, donde cuentan con una clientela coétnica. Además los colmados paquistaníes se hallan dispersos en barrios habitados en su mayor parte por autóctonos. En Barcelona “anar al paki” significa en catalán ir al comercio de alimentación más cercano. Lo mismo sucede con los bazares chinos, donde se vende toda clase de productos domésticos baratos, tanto en Barcelona como en Madrid (Solé et al., 2007). En la capital española “ir al chino” significa ir al bazar más próximo. En el francés coloquial también se habla de “l’arabe du coin”. “La dispersion assure à chaque secteur urbain une présence de proximité avec ‘son chinois’, ‘son arabe’, ‘son vietnamien’, ‘son kabyle’, ‘son italien’” (Raulin, 2000: 18).

La cartografía de los cerca de 900 restaurantes chinos de París en 1990 (Ma Mung, 2000) revela concentraciones en algunos *arrondissements*, en especial en el *13e*, en la

“centralidad multiétnica minoritaria” de la *Petite Asie*. Sin embargo la mayoría de los restaurantes chinos se encuentran dispersos en todos los *arrondissements*. Concentración y dispersión urbana de la especialización funcional de la restauración china se manifiestan en París de manera compatible, simultánea.

Las tablas 1 y 2 muestran respectivamente algunos ejemplos de los cinco tipos de espacios de negocios étnicos así como los procesos geográficos que se manifiestan de manera más palpable en esos tipos de espacios. Los ejemplos o barrios pueden repetirse en ocasiones en los diferentes tipos de espacios, ya que las estrategias de dispersión y de concentración de un mismo grupo étnico pueden ser compatibles en un mismo territorio, aunque este hecho pueda dar pie a problemas metodológicos (la escala geográfica, entre otros), como he destacado antes y más adelante, en las conclusiones.

Tipologías de espacios de negocios étnicos	Algunos ejemplos
Centralidades étnicas	Chinatowns de New York, Sydney y San Francisco/Barrios, Phoenix/Little Portugal, Toronto/Banglatown, Londres/Little Village, Chicago
Centralidades étnicas minoritarias	Little Italy y Asiatown, Sydney/ Koreatown, Los Angeles /Faubourg de Montmartre y Quartier Juif, París/ <i>shopping malls</i> chinos, Toronto/ <i>shopping malls</i> vietnamitas, Washington, DC
Centralidades multiétnicas minoritarias	Ciutat Vella, Barcelona/Rue Faubourg Saint Denis y Petite Asie, París/Belsunce, Marsella/Fondo, Barcelona/Dearborn, Michigan
Centralidades étnicas especializadas	Boroughs textiles, Londres/mayoristas textiles chinos: Lavapiés, Madrid; Popincourt, París; Trafalgar, Barcelona; piazza Garibaldi, Nápoles/Souvenirs de Sindis, La Rambla, Barcelona
Dispersión de emprendedores étnicos minoritarios	salones de manicura de coreanas, New York/restaurantes vietnamitas, New Orleans/restaurantes chinos en París y Barcelona/alimentación de paquistaníes, Barcelona/bazares chinos, Madrid

Tabla 1. Tipos de espacios de negocios étnicos y algunos ejemplos.

Tipologías de espacios de negocios étnicos	Concentración Dispersión	Especialización Diversificación	Residentes del barrio
Centralidades étnicas	Concentración	Diversificación	Co-étnicos
Centralidades multi/étnicas minoritarias	Concentración	Diversificación	No co-étnicos
Centralidades étnicas especializadas	Concentración	Especialización	No co-étnicos
Dispersión de emprendedores étnicos minoritarios	Dispersión	Especialización	No co-étnicos

Tabla 2. Tipos de espacios de negocios étnicos y procesos geográficos correspondientes.

Las fronteras entre unos espacios de negocios étnicos y otros pueden ser en ocasiones borrosas. Puede ocurrir además que una tipología evolucione hacia otra, como también sugiere Kaplan (1998) y hasta pueden lógicamente crear “mutaciones” no previstas. En cualquier caso las tipologías que he presentado aquí no pretenden reducir la realidad a algunos estados hipotéticamente “puros” y estables.

He considerado el distrito de Ciutat Vella en Barcelona como “centralidad multiétnica minoritaria”, con la presencia de numerosos comercios asiáticos, magrebíes, dominicanos, etc., como he explicado en la anterior sección. He considerado la presencia de “centralidades étnicas especializadas”, una china y otra india, en el mismo espacio. En Ciutat Vella coexisten dos estrategias espaciales: en primer lugar, la de la “dispersión”, bien representada por los comercios de proximidad de los paquistaníes y en menor medida de filipinos y bangladeshíes, repartidos en todo el distrito, aunque con síntomas de saturación en El Raval, barrio al Oeste del distrito; en segundo lugar, la de la “concentración”, cuyos ejemplos más destacados los constituyen los comercios de *souvenirs* de los indios Sindis en la Rambla y los comercios de mayoristas textiles chinos en el margen de Ciutat Vella, junto al Eixample.

7. Conclusiones.

Barrios de inmigrantes y concentraciones de negocios étnicos presentar con frecuencia una elevada correlación espacial. De todos modos, los espacios residenciales de inmigrantes no siempre suponen un factor de atracción para los negocios coétnicos. Cada grupo de emprendedores étnicos puede utilizar los procesos de concentración o de dispersión de la localización de los negocios como estrategias empresariales.

He tratado de mostrar que concentración y dispersión, especialización y diversidad, son procesos de carácter eminentemente geográfico que intervienen en los espacios de negocios étnicos. He caracterizado cinco tipologías de espacios de negocios étnicos: centralidades étnicas, centralidades étnicas minoritarias, centralidades multiétnicas minoritarias, centralidades étnicas especializadas y dispersión de emprendedores étnicos minoritarios. En los cuatro primeros tipos predominan sobre todo los procesos de concentración de los negocios étnicos. En cambio, los “emprendedores étnicos minoritarios” presentan siempre una distribución geográfica dispersa.

En las “centralidades étnicas” existe tanto una concentración de negocios étnicos como de residentes coétnicos compartiendo el mismo espacio, como las *Chinatown*s de New York y Los Angeles o *Banglatown*, en Tower Hamlets, en Londres.

En las “centralidades étnicas minoritarias” se concentran negocios de un mismo grupo étnico en un área residencial dominada por otro grupo no coétnico, como *Koreatown* en Los Angeles.

En las “centralidades multiétnicas minoritarias” como la de Ciutat Vella en Barcelona no predominan los negocios de un mismo grupo étnico sino de múltiples grupos, en un barrio con residentes también de múltiples grupos étnicos. La diversidad de los negocios caracteriza estos tres tipos de centralidades étnicas.

En cambio en las “centralidades étnicas especializadas” se produce una alta densidad de negocios normalmente de un mismo grupo étnico destinados a un mismo sector económico, como los mayoristas textiles chinos en La Roquette, en París. La especialización funcional distingue por tanto a esta centralidad de las otras tres primeras centralidades.

En el caso de la “dispersión de emprendedores étnicos minoritarios” predomina el fenómeno de la dispersión metropolitana, al contrario que en las cuatro centralidades o espacios de negocios étnicos anteriores. Los “emprendedores étnicos minoritarios” están dispersos en una ciudad o en una zona amplia donde la mayoría de los residentes suelen pertenecer a la mayoría autóctona, como los restaurantes chinos dispersos en tantas ciudades europeas.

El papel de la geografía en la configuración de los espacios residenciales étnicos y de los espacios de negocios étnicos se está redescubriendo en los últimos años, como lo muestra la publicación muy reciente de tres libros colectivos sobre geografía étnica (Kaplan y Li, 2006a, Miyares y Airriess, 2007 y Frazier y Tettey-fio, 2006). El predominio de la bibliografía norteamericana es claro aunque existen algunos casos europeos relatados en esas obras colectivas. Conviene tal vez insistir más en la importancia del fenómeno de los espacios de negocios étnicos en las ciudades europeas, también en las de Asia, América Latina y Caribe y África en futuras investigaciones.

En cuanto a posibles líneas de investigación se podría realizar un estudio comparativo de los espacios de negocios étnicos de diversas ciudades con objeto de aplicar de manera empírica las tipologías y procesos que he sugerido en estos dos artículos. Una investigación de ese estilo puede implicar algunos desafíos o dificultades como la correcta utilización de escalas geográficas y técnicas cuantitativas apropiadas para delimitar analizar espacios de negocios étnicos en áreas metropolitanas de extensiones y densidades diferentes. La utilización de grupos étnicos agregados (como la categoría *Hispanics* o latinos del censo de los EE.UU.) o desagregados, tanto residentes como emprendedores, también constituye un

aspecto a tener en cuenta a la hora de clasificar un espacio de negocios étnicos como una centralidad étnica o multiétnica.

Bibliografía

- AIRRIESS, Christopher (2006). "Scaling Central Place of an Ethnic-Vietnamese Commercial Enclave in New Orleans, Louisiana". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth (Reino Unido): Rowman & Littlefield, pp. 17-33.
- ALBERTS, Heike (2006). "Geographic Boundaries of the Cuban Enclave in Miami". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 35-48.
- ARAMBURU OTAZU, Mikel. (2000). *Bajo el signo del Gueto. Imágenes del "inmigrante" en Ciutat Vella*. Barcelona: Tesis doctoral. Departamento de Antropología Social, Universitat Autònoma de Barcelona. disponible en http://www.tdx.cbuc.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1128101-090511/mao1de1.pdf (3-12-2007)
- ARJONA GARRIDO, Ángeles y CHECA OLMOS, Juan Carlos (2005). Emprendedores étnicos en Almería. *Sociología del Trabajo*, número 54, pp. 101-125.
- ARREOLA, Daniel D. (2007). "Settlement Geographies of Mexican Americans". EN MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. (2007). *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 93-122.
- BARRET, Giles A. y McEVOY, David (2006). "The Evolution of Manchester's Curry Mile: From Suburban Shopping Street to Ethnic Destination". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 193-208.
- BARTH, F. (1969). *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organization of Culture Difference*. Boston: Little & Brown.
- BATTEGAY, Alain (1992). "L'actualité de l'immigration dans les villes françaises: la question des territoires ethniques". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 8, número 2, pp. 83-100.

- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2000). "Expansión geográfica y diversificación económica. Pautas y estrategias del asentamiento chino en España". Madrid: Actas del II Congreso sobre la Inmigración en España. España y las migraciones internacionales en el cambio de siglo. Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones de la Universidad Pontificia Comillas/Instituto Universitario Ortega y Gasset. disponible en sirio.ua.es/documentos/pdf/flujos_migratorios/expansion%20geografica%20y%20diversificacion.pdf (3-12-2007)
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y SÁIZ LÓPEZ, Amelia (2007). "Nouvelles circulations, activités économiques et présence asiatique dans les villes espagnoles". En BERRY-CHIKHAOUI, Isabelle, DEBOULET Agnes y ROULLEAU-BERGER, Laurence. *Villes Internationales. Entre tensions et réactions des habitants*. La Découverte, capítulo 12.
- BELTRÁN, Joaquín, OSO, Laura y RIBAS, Natalia (2007). *Empresariado étnico en España*. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración y Fundación CIDOB. disponible en www.cidob.org (3-12-2007)
- BONACICH, E. (1973). "A theory of middlemen minorities". *American Sociological Review*, número 38, pp. 585-594.
- BRODY, J. (1995). *Rue des Rosiers: une manière d'être juif*. Autrement, colección Français d'ailleurs, peuple d'ici, serie Monde, número 82.
- BUCKLEY, Mónica (2007). "Comercios y servicios de los inmigrantes en la Comunidad de Madrid: un enfoque geográfico". En BELTRÁN, Joaquín, OSO Laura, RIBAS, Natalia. *Empresariado étnico en España*. Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración y Fundación CIDOB. Disponible en formato digital a www.cidob.org
- CHACKO, E. (2003). "Ethiopian ethos and the making of ethnic places in the Washington metropolitan area". *Journal of Cultural Geography*, volumen 20, número 2, pp. 21-42.
- CHACKO, E. (2007). "Immigrants from the Muslim World: Lebanese and Iranians". En MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 313-330.
- CHACKO, E. y CHEUNG, I. (2006). "The Formation of a Contemporary Ethnic Enclave: The Case of 'Little Ethiopia' in Los Angeles". En FRAZIER, John W. y TETTEY-FIO,

- Eugene L., editores. *Race, Ethnicity, and Place in a Changing America*. . Binghamton (NY, EE.UU.): Global Academic Publishing, pp. 131-139.
- CHECA, Juan Carlos y ARJONA GARRIDO, Ángeles (2006). “Economía étnica: teorías, conceptos y nuevos avances”. *Revista internacional de sociología*, número 45, pp. 117-143.
- COHEN, Martine (2003). “Les commerçants chinois du quartier Popincourt”. En *Panoramiques*. Paris: Éditions Corlet Marianne, pp. 77-87.
- COLLINS, Jock (2006). “Ethnic Diversity and the Ethnic Economy in Cosmopolitan Sydney”. En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 135-148.
- COLOGNA, Daniele (2006). “L’immigrazione cinese in Italia: una realtà in rapida evoluzione”. *Aesse-Azione sociale*, número 8. Disponible en disponible en www.codiciricerche.it/download/analisi/10%20-%20Immigrazione_cinese_in_Italia_-_una_realta_in_rapida-evoluzione_DC_art.pdf (3-12-2007)
- DENTON, N.A. y MASSEY, D.S. (1991). “Patterns of neighborhood transition in a multiethnic world”. *Demography*, volumen 28, pp. 41-63.
- DINH, M. Bernard (2002). *La petite Turquie, transposition de villages en situation migratoire*. DEA de geografía urbana de la Université de Paris X-Nanterre.
- DINH, M. Bernard (2006). *L’Entreprenariat ethnique en France et dans le monde anglo-saxon*. Paris: FASILD (Fonds d’Action Social pour l’Intégration et la Lutte contre les Discriminations), Direction des Etudes et de la Documentation.
- FERRER REGALES, Manuel (2006). “Distribución, difusión y centralidad musulmanas en España”. *Estudios Geográficos*, volumen LXVII, número 261, pp. 495-521.
- FRAZIER, John W. y TETTEY-FIO, Eugene L., editores (2006). *Race, Ethnicity and Place in a Changing America*. Binghamton (NY, EE.UU.): Global Academic Publishing.
- GARCÍA BALLESTEROS, Aurora, GARCÍA ESCALONA, Emilia, HERNANDO SANZ, Felipe, JIMÉNEZ BLASCO, Beatriz, MARTÍN JIMÉNEZ, Ana, MAYORAL JIMÉNEZ, Milagros, PÉREZ SIERRA, Carmen, REDONDO GONZÁLEZ, Ángela, SASSANO, Silvana y VIÑAS BENEÍTEZ, Gregorio (2006). *Inmigrantes Emprendedores en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Comunidad de Madrid, Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Dirección General de Economía.

- GOBER, Patricia (2000). "Immigration and North American Cities". *Urban Geography*, volumen 21, número 1, pp. 83-90.
- GODFREY, Brian J. (2007). "New Urban Ethnic Landscapes". En MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 331-353.
- GOLDRING, Maurice (2006). *La Goutte-d'Or, quartier de France : la mixité au quotidien*. París: Autrement Frontières.
- GREEN, Nancy L. (1998). *Du Sentier à la 7e avenue: la confection et les immigrés. Paris-New York, 1880-1980*. París: Editions du Seuil, L'univers historique.
- KAPLAN, David H. (1998). "The Spatial Structure of Urban Ethnic Economies". *Urban Geography*, volumen 19, número 6, pp. 489-501.
- KAPLAN, David H. y HOUSE-SOREMEKUN, Bessie (2006). "Race, Space, Crime, and the African Entrepreneur: Business Owner Attitudes, Business Success, and the Neighborhood Context". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 67-81.
- KAPLAN, David H. y LI, Wei (2006a). *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield.
- KAPLAN, David H. y LI, Wei. (2006b). "Introduction: The Places of Ethnic Economies". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 1-16.
- KESTELOOT, Christian y MISTIAEN, Pascale (1997). "From ethnic minority niche to assimilation: Turkish restaurants in Brussels". *Area*, volumen 29, número 4, pp. 325-334.
- KLOOSTERMAN, Robert, VAN DER LEUN, Joanne y RATH, Jan (1999). "Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Business in the Netherlands". *International Journal of Urban and Regional Research*, volumen 23, número 2, pp. 253-267.
- KRASE, Jerome y HUM, Tarry (2006). "Immigrant Global Neighborhoods: Perspectives from Italy and the United States". En HUTCHISON, Ray y KRASE, Jerome. *Ethnic Landscapes in an Urban World*. Elsevier, pp. 97-120.

- LI, Wei (1998). 'Anatomy of a new ethnic settlement: the Chinese Ethnoburb in Los Angeles'. *Urban Studies*, volumen 35, número 1, pp. 479-502.
- LI, Wei (2007). "Chinese Americans: Community Formation in Time and Space". En MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 213-232.
- LI, Wei, DYMSKI, Gary, CHEE, Maria W.L., AHN, Hyeon-Hyo, ALDANA, Carolyn, ZHOU, Yu (2006). "How Ethnic Banks Matter: Banking and Community/Economic Development in Los Angeles". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 113-134.
- LIGHT, Ivan (1998). "Afterword: Maturation of the Ethnic Economy Paradigm". *Urban Geography*, volumen 19, número 6, pp. 577-581.
- LIGHT, Ivan y GOLD, Steven (2000). *Ethnic Economies*. San Diego (CA, EE.UU.): Academic Press.
- LO, Lucia (2006). "Changing Geography of Toronto's Chinese Ethnic Economy". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 83-96.
- LODA, M. y MANCINI, N. (2003). "Imprenditoria extracomunitaria e commercio al dettaglio nei centri storici. Il quartiere di San Lorenzo a Firenze". En LODA, Mirella y CLEMENTE, Pietro. *Migrare a Firenze*. Florencia: Comune di Firenze, Università degli Studi.
- LOUKAITOU-SIDERIS, A. (2002). "Regeneration of urban commercial strips : Ethnicity and space in three Los Angeles neighborhoods". *Journal of Architectural and Planning Research* volumen 19, número 4, pp. 335-350.
- MA MUNG, Emmanuel (1996). "Entreprise économique et appartenance ethnique". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 8, número 2.
- MA MUNG, Emmanuel (1998). "Territorialisation marchande et négociation des identités: les Chinois à Paris". *Espaces et Sociétés*, número 96, p. 145-162.
- MA MUNG, Emmanuel (2000). *La diaspora chinoise: géographie d'une migration*. París: GéOphrys, Ophrys.

- MA MUNG, Emmanuel y GUILLON, Michelle (1986). “Les commerçants étrangers dans l'agglomération parisienne”. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 2, número 3, pp. 105-134.
- McLAUGHLIN, Colette Marie y JESILOW, Paul (1998). “Conveying a Sense of Community along Bolsa Avenue: Little Saigon as a Model of Ethnic Commercial Belts”. *International Migration* volumen 36, número 1, pp. 49–65.
- MIRANDA, Adelina (2007). “Naples. Ethnicisation et circulations migratoires dans un contexte urbain méditerranéen”. En BERRY-CHIKHAOUI, Isabelle, DEBOULET Agnes y ROULLEAU-BERGER, Laurence. *Villes Internationales. Entre tensions et réactions des habitants*. La Découverte, capítulo 13.
- MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. (2007). *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield.
- MORERAS PALENZUELA, Jordi (2005). “¿Ravalistán? Islam y configuración comunitaria entre los paquistaníes en Barcelona”. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, número 68. Migraciones y relaciones internacionales entre España y Asia, pp. 119-132.
- OBERLE, Alex (2006). “Latino Business Landscapes an the Hispanic Ethnic Economy”. En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 149-163.
- PORTES, Alejandro y SHAFER, Steven (2006). “Revisiting the Enclave Hypothesis: Miami Twenty-Five Years Later”. The Center for Migration and Development, Princeton University Working Paper Series #06-10.
- PORTES, Alejandro, and Robert L. BACH (1985). *Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley, CA: University of California Press.
- RAES, Stephan, RATH, Jan, DREEF, Marja, KEMCU, Adem, REIL, Flavia y ZORLU, Aslan (2002). “Amsterdam: Stitched up”. En RATH, Jan, editor. *Unravelling the Rag Trade: Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. New York: Berg, p. 89-111.
- RAIJMAN, Rebeca y TIENDA, Marta (2000). “Immigrant’s Pathways to Business Ownership: A Comparative Ethnic Perspective”. *International Migration Review*, volumen 34, número 3, pp. 682-706.

- RATH, Jan (2002). "Needle Games: A Discussion of Mixed Embeddedness". En RATH, Jan, editor. *Unravelling the Rag Trade: Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. New York: Berg, pp. 1-27.
- RATH, Jan (2007). "The Transformation of Ethnic Neighborhoods into Places of Leisure and Consumption". The Center of Comparative Immigration Studies. University of California, San Diego. Working Paper 144.
- RAULIN, Anne (2000). *L'ethnique est quotidien: diasporas, marchés et cultures métropolitaines*. Paris: Connaissance des hommes, L'Harmattan.
- REIMER, Dana G. (2007). "Korean Culture and Entrepreneurship". En MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. (2007a). *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 233-250.
- REKERS, Ans y VAN KEMPEN, Ronald (2000). "Location Matters: Ethnic Entrepreneurs and the Spatial Context". En RATH, Jan, editor. *Immigrant business : the economic, political, and social environment*. New York: Palgrave MacMillan, pp. 54-69.
- RIESCO SANZ, Alberto (2007). "Dimensiones y características de la empresarialidad inmigrante en Lavapiés (Madrid)". IV Congreso de la Inmigración. Valencia.
- SASSEN, Saskia (1991). *The Global City. New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- SASSEN, Saskia (1992). "Les entrepreneurs immigrés et l'implantation des industries étrangères aux Etats-Unis : éléments d'une économie transnationale". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 8, número 1, pp. 127-137.
- SERRA DEL POZO, Pau (2006). *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella en Barcelona*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- SERRA DEL POZO, Pau (en prensa). "Las asociaciones de comerciantes y la convivencia entre comerciantes étnicos y autóctonos: el caso de Ciutat Vella (Barcelona)". Seminario "Actores y redes de actores". Barcelona: CIDOB y Universitat Pompeu Fabra.
- SHAW, Stephen, BAGWELL, Susan y KARMOWSKA, Joanna (2004). "Ethnoscapes as Spectacle: Reimagining Multicultural Districts as New Destinations for Leisure and Tourism Consumption". *Urban Studies*, volumen 41, número 10, pp. 1983-2000.

- SINGER, Audrey (2006). "The New Metropolitan Geography of Immigration: Washington, D.C. in Context". En FRAZIER, John W. y TETTEY-FIO, Eugene L., editores. *Race, Ethnicity, and Place in a Changing America*. Binghamton (NY, EE.UU.): Global Academic Publishing, pp. 45-65.
- SMITH, James M. (2006). "Little Tokyo. Historical and Contemporary Japanese American Identities". En FRAZIER, John W. y TETTEY-FIO, Eugene L., editores. *Race, Ethnicity, and Place in a Changing America*. Binghamton (NY, EE.UU.): Global Academic Publishing, pp. 301-308.
- SOLÉ, Carlota y PARELLA, Sònia (2005). *Los negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundació CIDOB.
- SOLÉ, Carlota, PARELLA, Sònia y CAVALCANTI, Leonardo (2007). *El empresariado inmigrante en España*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- TARRIUS, Alain (1995). "Naissance d'une colonie: un comptoir commercial à Marseille". *Revue Européenne de Migrations Internationales*, volumen 11, número 1, pp. 21-52.
- TAYLOR, Ian (2000). "European ethnoscapes and urban redevelopment. The return of Little Italy in 21st century Manchester". *City*, volumen 4, número 1, pp. 27-42.
- TEIXEIRA, Carlos (2006). "Residential Segregation and Ethnic Economies in a Multicultural City: The Little Portugal of Toronto". En KAPLAN, David H. y LI, Wei. *Landscapes of the Ethnic Economy*. Plymouth: United Kingdom: Rowman & Littlefield, pp. 49-65.
- TORRES PÉREZ, Francesc (2007). *Nous veïns a la ciutat. Els immigrants a València i Russafa*. Valencia: Universitat de València.
- TOUBON, J.C. y MESSAMAH, K. (1991). *Centralité immigré. Le quartier de la Goutte-d'Or*. L'Harmattan, CIEMI.
- VUDDAMALAY, Vasoodeven (2007). "Inner-city Ethnic Enclaves and Irregular Immigrant Networks as New Social Spaces in Global Cities: A Case-study of the 'Little India' of París". En BERGGREN, Erik, LIKIĆ-BRBORIĆ, Toksöz, y TRIMIKLINIOTIS, Gülay. *Irregular Migration, Informal Labour and Community: a Challenge for Europe*. Maastrich: Shaker Publishing.
- WALDINGER Roger (1993). "Le débat sur l'enclave ethnique: revue critique". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 9, número 2, pp. 15-29.

- WALDINGER, Roger y TSENG, Yenfen (1992). "Divergent diasporas : the Chinese communities of New York and Los Angeles compared". *Revue Européenne des Migrations Internationales*, volumen 8, número 3, pp. 91-115.
- WALDINGER,R., McEVOY, D. y ALDRICH, H. (1990). "Spatial dimensions of opportunity structures". En WALDINGER,R., ALDRICH, H. y WARD, R. *Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- WATSON, James (1977). *Between Two Cultures: Migrants and Minorities in Britain*. London: Blackwell.
- WILSON, Bobby M. (2007). "The Historical Spaces of African Americans". En MIYARES, Ines y AIRRIESS, Christopher A. *Contemporary Ethnic Geographies in America*. Rowman & Littlefield, pp. 71-92.
- WILSON, K. y PORTES, A. (1980). "Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology*, volumen 86, pp. 295-319.
- WOOD, J. (1997). "Vietnamese Place Making in Northern Virginia". *Geographical Review*, vol. 87, pp. 58-72.
- ZELINSKY, Wilbur y LEE, Barrett A. (1998). "Heterolocalism: An Alternative Model of the Siociospatial Behaviour of Immigrant Ethnic Communities". *International Journal of Population Geography*, volumen 4, número, pp. 281-298
- ZHOU, Min (1992). "New York's Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave". Philadelphia: Temple University Press.
- ZHOU, Min (2004). "Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies, and Conceptual Advancements." *International Migration Review*, volumen 38, pp. 1040-1074.
- (2002). "New York: Caught under the Fashion Runway". En RATH, Jan, editor. *Unravelling the Rag Trade: Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. New York: Berg, p. 113-133.