

EL PAPEL DE LOS LÍDERES COMUNITARIOS EN LOS PROGRAMAS DE
MICROCRÉDITO PARA EMPRENDEDORES INMIGRANTES

*THE ROLE OF THE COMMUNITY LEADER IN THE MICROCREDIT
PROGRAMS WITH IMMIGRANT ENTREPRENEURS*

Yessica Belén Abularach Mendoza
abularachy@gmail.com
Universidad de Sevilla

José Fernández-Serrano
jfserrano@us.es
Universidad de Sevilla

Inmaculada Jaén Figueroa
inmajaen@us.es
Universidad de Sevilla

Recibido: marzo 2023; aceptado: octubre 2023

RESUMEN

El emprendimiento surge como una posibilidad, y en ocasiones, la única posible, de integración laboral para los inmigrantes. Por ello, es necesario diseñar herramientas eficaces de intervención institucional para impulsar el emprendimiento de estos colectivos. En este sentido, este estudio muestra, por una parte, el valor que las redes de inmigrantes y sus líderes comunitarios tienen como generadores de recursos étnicos y, por otra parte, la importancia de los programas de microcrédito como forma de impulsar los negocios de este colectivo vulnerable. Combinando ambos elementos, el análisis se centra en el papel crucial que el líder comunitario tiene como mediador entre los programas de microcréditos y los emprendedores inmigrantes. Se puede considerar como una forma de intervención comunitaria que permite que las posibilidades de financiación y asesoramiento lleguen de manera mucho más eficaz a determinados grupos étnicos. En particular, se analizan los resultados obtenidos de un proyecto piloto realizado en Toulouse bajo estos planteamientos.

Palabras clave: emprendedores inmigrantes, líderes comunitarios, programas de microcrédito.

ABSTRACT

Entrepreneurship emerges as a possibility, and sometimes the only possibility, for immigrants to integrate into the labour market. It is therefore necessary to design effective institutional intervention tools to promote entrepreneurship among these groups. In this sense, this study demonstrates, on the one hand, the value of immigrant networks and their community leaders as generators of ethnic resources and, on the other, the importance of counselling and microcredit programmes as a means of boosting immigrant businesses. Combining both elements, the analysis focuses on the crucial role played by community leaders as intermediaries between microcredit programmes and immigrant entrepreneurs. It can be seen as a form of community intervention that enables funding and mentoring opportunities to reach particular immigrant groups much more effectively. In particular, the results obtained from a pilot project carried out in Toulouse under these premises are analysed.

Key words: Migrant entrepreneurs, community leaders, microcredit programs, social capital, social networks.

JEL classification / Clasificación JEL: E24, F15, J15.

1. INTRODUCCIÓN

Desde sus orígenes, el emprendimiento se relaciona con la búsqueda y creación de oportunidades económicas en un contexto desfavorable (Drucker, 1985). En este sentido, la denominada economía étnica hace referencia a la creación de negocios por parte de los inmigrantes en sus nuevas localizaciones de residencia (Riesco-Sanz, 2014). La economía étnica surge como una estrategia de lucha contra la exclusión y las desfavorables condiciones laborales que este colectivo de personas suele sufrir en las economías de acogida (Miguel *et al.*, 2016). Sin embargo, como colectivo vulnerable (OCDE, 2023), los inmigrantes también se enfrentan a mayores obstáculos formativos y financieros que el resto de la población local para desarrollar sus negocios (García, 2007; Osorio *et al.*, 2015; Osorio-García-de-Oteyz *et al.*, 2020; Cederberg & Villares-Varela, 2019).

El presente estudio pone énfasis en dos componentes que pueden facilitar ese proceso de emprendimiento por parte de los inmigrantes.

En primer lugar, la creación y el desarrollo de los negocios étnicos se sustenta en una serie de recursos generados en las redes de contacto de los propios inmigrantes (Saiz López, 2012; Fernández-Suarez & Cano-Ruiz, 2018; Battisti *et al.*, 2022). Esas redes, a su vez, surgen de las complejas e intensas relaciones personales que se forjan a través de factores idiosincráticos como la cultura, la lengua, los valores, las actitudes, la confianza o las propias instituciones y asociaciones étnicas (Light & Rosenstein, 1995; Light & Gold, 2000; Rath & Kloosterman, 2000; Solé & Parella, 2005:53; Parella, 2005; Beltrán, Oso *et al.*, 2007; Kerr & Mandorff, 2023). Diversos estudios han mostrado que el uso y composición de los recursos étnicos están relacionados con la propia estructura y funcionamiento de las redes sociales (Woolcock & Narayan, 2000; García, 2011; Ferrer *et al.*, 2014; Fernández-Suarez & Cano-Ruiz, 2018; Millán-Franco *et al.*, 2019). Una forma de articular estas redes y, por tanto, sus recursos, es a través de asociaciones coordinadas bajo la figura de uno o varios “líderes comunitarios” (Fernández-Suarez & Cano-Ruiz, 2018; García-Cabrera *et al.*, 2020).

En segundo lugar, los programas de microcréditos ofrecen la posibilidad de financiación para aquellas personas que no pueden acceder a las instituciones de crédito tradicional por falta de avales, algo común entre el colectivo inmigrante (Inglada-Galiana *et al.*, 2015; Sarkar *et al.*, 2022). Una de las claves de su éxito recae en el asesoramiento personal y en la confianza puesta en la

institución que la realiza, puesto que aumenta las habilidades administrativas y financieras del beneficiario, así como su compromiso con el pago de la deuda (Gloukoviezoff & Rebière, 2013; Morejón Fernández *et al.*, 2022).

Combinando ambos elementos, nuestro análisis pretende responder la siguiente pregunta: *¿cómo se puede aumentar la eficiencia de los programas de microcréditos para que lleguen a un mayor número de inmigrantes?*

Para ello, el presente trabajo aplica un análisis cualitativo basado en las experiencias extraídas de un proyecto piloto sobre el funcionamiento de las redes sociales de los inmigrantes africanos en Toulouse (Francia), a través del programa de microcréditos impulsado por la Asociación de Desarrollo a la Iniciativa Económica (ADIE). Los resultados indican que la intervención a través de las redes sociales, aprovechando la figura del líder comunitario, permite que más emprendedores inmigrantes estén dispuestos a aceptar y solicitar asesoramiento y microcréditos para implementar sus ideas dentro de la economía formal.

El siguiente apartado analiza las aportaciones más relevantes de la literatura sobre los recursos étnicos, la importancia del líder comunitario y el papel de los programas de microcrédito como impulsores del emprendimiento inmigrante. El tercer apartado presenta el estudio del caso del proyecto ADIE-Toulouse. El artículo finaliza con la necesaria sección de discusión y conclusiones.

2. LOS RECURSOS ÉTNICOS Y LA FINANCIACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

2.1. LA ECONOMÍA ÉTNICA Y LOS RECURSOS ÉTNICOS

Como se indica en Beltrán *et al.* (2015), el emprendedor inmigrante es aquella persona dueña de los medios de producción, que asume el riesgo de inversión para lograr beneficios dentro de una economía de mercado, independiente de su grado de innovación y de su tamaño. De esta manera, la creación de empresas representa una salida a los problemas de precariedad laboral y persistente desempleo que poseen muchos colectivos vulnerables, como es el caso de los inmigrantes (López, 2016; Rath & Kloosterman, 2000; Informe GEM 2020/21). Como indica Light (2003), el emprendimiento es “una autodefensa básica frente a la exclusión y las desventajas que tienen en el conjunto del mercado laboral”.

Bajo estas premisas, Bonacich y Mondell (1980) fueron los primeros que presentaron el concepto de economía étnica como el conjunto de actividades productivas desarrolladas por emprendedores de origen inmigrante. A menudo, estas actividades se dirigen a un “mercado cautivo” puesto que dan empleo y cubren las necesidades de sus compatriotas o co-étnicos, a la vez que mantienen importantes lazos productivos con su país de origen en forma de exportaciones e importaciones. No obstante, con el tiempo muchos empresarios étnicos tienden a diversificar sus negocios y a generar empleo entre colectivos sociales más amplios (Rath, J. & Kloosterman, 2000).

Como cualquier emprendedor, los inmigrantes necesitan acceder a una serie de recursos para poder implementar sus ideas. En la economía étnica, diversas investigaciones han observado como las tradiciones, las prácticas culturales, las estructuras morales e ideológicas, los patrones de comportamiento, las lealtades o la solidaridad entre miembros de la misma etnia son elementos claves para que el emprendedor movilice los recursos para culminar su empresa (Rath & Kloosterman, 2000; Kerr & Mandorff, 2023). Estos denominados recursos étnicos pueden ser tanto materiales (como la financiación a través de sociedades de crédito rotativas) como inmateriales (formación, acceso a información y contactos, consejos, etc.) (Light & Rosenstein, 1995; Rath & Kloosterman, 2000; Light & Gold, 2000; Solé & Parella, 2005). Pero ¿cómo se accede a estos recursos? y lo más importante, ¿cómo se generan? Para responder a estas cuestiones es necesario analizar el funcionamiento de las redes sociales como impulsoras de capital social.

Las redes sociales pueden definirse como un complejo conjunto de relaciones interpersonales establecidas entre diversos individuos y actores sociales (Requena, 1998). En el caso de los inmigrantes, esas redes -forjadas por los mencionados elementos culturales y conductuales propios del grupo étnico- les vincula con sus compatriotas y amigos de origen en la sociedad de acogida. A través de ellas circulan la información, los consejos y los apoyos materiales o emocionales (Requena, 1998), configurando un determinado tipo de capital: el capital social. Por tanto, sin redes sociales, no hay capital social y sin él, no hay beneficios. Según Lin (2002), el capital social se basa en la inversión de tiempo y esfuerzo en la construcción de relaciones sociales sólidas y confiables, con la expectativa de obtener beneficios tanto en el presente como en el futuro. Y como cualquier otro tipo de capital, la falta de contacto y relaciones sociales conduce a su depreciación.

En este sentido, Millán-Franco *et al.*, (2019) han demostrado como en las redes sociales circulan la información y los apoyos materiales o emocionales capaces de crear una estructura de bienestar e integración social que facilita la adaptación al nuevo contexto y disminuyen la situación de vulnerabilidad de los inmigrantes. Los inmigrantes que están organizados en redes sociales tienen más capacidad para enfrentar las dificultades, solucionar conflictos y acceder a recursos, así como satisfacer necesidades culturales e identitarias (Álvarez de los Mozos, 2010; Osorio *et al.*, 2015; Battisti *et al.*, 2022).

Bajo estos planteamientos, los recursos étnicos, tanto potenciales como disponibles, procedentes de las relaciones de reconocimiento y confianza mutua entre los inmigrantes, forman parte del capital social de los miembros que configuran dicha red (Light & Gold, 2000; Lozares, 2003; Fernández-Suarez & Cano-Ruiz, 2018; Kerr & Mandorff, 2023). Ese capital social es el que permite al emprendedor inmigrante el acceso a la financiación, al asesoramiento o a la información estratégica sobre el entorno y el mercado que son fundamentales para implementar su negocio, reforzando así la propia economía étnica (Chand & Ghorbani, 2011; Paunero, 2014; Trejo, 2015; Osorio *et al.*, 2015; Osorio-García-de-Oteyza *et al.*, 2020; Ayayi & Dout, 2022).

2.2. LAS REDES DE APOYO Y EL LÍDER COMUNITARIO

Autores como Putnam (2001), Mayoux (2001) u Ostrom & Ahn (2003) afirman que el capital social está presente únicamente en redes que presentan relaciones establecidas de forma horizontal. Esta condición permite que el capital social se mueva en simetría en la red y esté disponible para todos. Las redes donde las relaciones no se forman a través de la cohesión, no pueden tener una dinámica de cooperación ni apoyo, ya que son basadas en un mecanismo de autoridad, clientelismo o poder, incluso de explotación, consecuencia de posiciones desiguales entre los miembros (Putnam, 2001; Pérez, 2013).

Estos planteamientos concuerdan con las características del capital “bonding” propuesta en estudios como Putnam (2000) o Woolcock & Narayan (2000). Estos autores identifican dos tipos de capital social que se desarrollan a través de las relaciones sociales: el capital social de tipo “bridging” y el de tipo “bonding”. El primero de ellos, el capital social “bridging” se construye a través de la conexión y las relaciones entre personas que pertenecen a diferentes grupos sociales o comunidades y se centra en la creación de vínculos y conexiones entre individuos de diversos trasfondos y redes sociales (Putnam, 2000). Por su parte, el segundo, conocido como “bonding” o de “unión”, tiene un carácter cohesionador y se forma principalmente entre individuos que comparten similitudes o pertenecen al mismo grupo social, es decir, es de carácter endogámico (Lozares *et al.*, 2011). En el contexto de la participación social, el capital “bonding” promueve la cohesión entre miembros del mismo grupo, fortalece la identificación con ese grupo y contribuye a establecer y mantener apoyos y ayudas directas. En otras palabras, el capital social “bonding”, se enfoca en fortalecer las relaciones dentro de un grupo homogéneo, generando relaciones o lazos fuertes entre sus miembros, como el que se genera en las redes sociales de una economía étnica.

Ahora bien, aunque las relaciones sean horizontales y basadas en la confianza, eso no implica para que pueda surgir un mecanismo de coordinación para su buen funcionamiento. En este sentido, Millán-Franco (2019) muestra que los denominados líderes comunitarios pueden desempeñar este papel en determinadas circunstancias. Estas personas son referencia o “representantes” del grupo, actuando como dirigentes sociales o comunitarios. Son personas que tienden a inspirar, estimular y motivar a los miembros de la comunidad a alcanzar objetivos (Montero, 2004). El liderazgo suele ser protagonizado por personas de alto nivel de cualificación, con experiencia de militancia asociativa y política en sus países de origen. Las relaciones entre iguales están garantizadas y suelen poseer cierto carácter paternalista, pues además de contar con las necesidades y objetivos individuales, cuidan también de los intereses de la comunidad (Aparicio & Tornos, 2010; Fernández-Suarez & Cano-Ruiz, 2018). Suelen ser personas visibles del colectivo en la esfera pública de la sociedad de acogida (Morion & Aboussi, 2016) y algunos hasta pueden llegar a negociar con las instituciones locales y otras entidades en

favor de la comunidad (Delgado-Gallego & Vázquez, 2009; Millán-Franco *et al.*, 2019). Por supuesto, ese liderazgo no es una posición social estática, es decir, pueden ir surgiendo según las necesidades de la comunidad (Andrade, 2013).

2.3. LAS POLÍTICAS DE MICROCRÉDITO COMO FACILITADOR DE EMPRENDIMIENTO

Las perspectivas más recientes en el análisis del emprendimiento inmigrante tratan de integrar los recursos internos de las comunidades inmigrantes con la estructura local de oportunidades donde las políticas institucionales son fundamentales (Van der Leun *et al.*, 1999; Rath & Kloosterman, 2000; Kloosterman, 2001)

La financiación aparece como un obstáculo principal a la hora de emprender en los países de la OCDE (Barrado & Molina, 2015). En el caso de los emprendedores inmigrantes, esa dificultad se acentúa, pues difícilmente pueden recurrir a la banca tradicional por no cumplir con los requisitos exigidos (Lacalle, 2002; Lacalle *et al.*, 2006; García A., 2007; Rico, 2009; Osorio *et al.*, 2015). De esta manera, el inmigrante busca fuentes alternativas de financiación.

Estudios realizados a redes sociales muestra la importancia en determinados colectivos de un sistema de financiación informal basado en la confianza entre sus miembros denominado ROSCAs «Rotating Saving and Credit Associations», también conocido por diferentes nombres como: *tandas*, *susus*, *hui*, *pasanacos*, *pandeiros*, etc. (Lelart, 1990; Rozas & Gauthier, 2012). Una ROSCA surge mediante la contribución periódica a un fondo común de un grupo de personas. Cada miembro accede por turno a los fondos de la caja y cuando todos los miembros del grupo lo han recibido comienza nuevamente o se disuelve. Para aquellos que recogen el total al principio del turno el valor tiene la forma de crédito sin interés, y para aquellos que lo recogen al final se transforma en ahorro (Rozas & Gauthier, 2012; Chen & Rach, 2022). Las ROSCAs permiten a sus miembros responder a una necesidad de financiación individual o familiar, generar un fondo de protección contra los imprevistos o tener un fondo de rentas vitalicias. De esta forma, la falta de acceso al crédito formal es la razón principal para la creación de estas organizaciones. La relación de las ROSCAs con el emprendimiento es evidente; por ejemplo, Rozas & Gauthier (2012) han demostrado que las ROSCAs son fundamentales para la financiación de negocios en Camerún.

Por supuesto, existen otros mecanismos de financiación que sí se engloban dentro de la economía formal. En este sentido, los programas de microcréditos ofrecidos por entidades sociales como de crédito (públicas o privadas) se presentan precisamente como una herramienta de financiación para aquellos que no puede acceder al sistema de crédito tradicional por falta de avales económicos. El microcrédito no solo proporciona capital, sino también una posibilidad de inserción económica y social real de colectivos vulnerables a través del autoempleo (Inglada-Galiana *et al.*, 2015; Anjos *et al.*, 2020; Ayayi

& Dout, 2022). Las garantías tradicionales de la banca desaparecen en este tipo de financiación para dar paso a avales basados en la confianza, responsabilidad y solidaridad de los beneficiarios (Autolino, 2017; Inglada-Galiana *et al.*, 2015).

Durante las cuatro últimas décadas, los programas de microcréditos han experimentado una fuerte expansión en Europa y su aplicación se ha adaptado a la situación social, política y económica de cada región. El Parlamento Europeo ha puesto en acento en los microcréditos para los inmigrantes por tratarse de un colectivo vulnerable (Autolino, 2017; Lacalle *et al.*, 2006; Rico, 2009; Ayayi & Dout, 2022). Sin embargo, los programas de microcréditos siguen siendo grandes desconocidos en general para buena parte de los colectivos a los que van dirigidos (Anjos *et al.*, 2020; Microbank, 2018).

Ahora bien, Mungaray-Lagarda *et al.* (2019) consideran que es importante desarrollar una disciplina de pago por parte del cliente y limitar el acceso a los microcréditos en los casos donde no hay las condiciones para la devolución del crédito, ya sea por la falta de ingreso estables o porque la capacidad de pago está por debajo del compromiso financiero (Inglada-Galiana *et al.*, 2015; Mota *et al.*, 2018). Por ello, antes de conceder el crédito, es importante proponer programas que atiendan sus necesidades de subsistencia, para que posteriormente puedan beneficiarse de los programas de microcréditos y tengan las condiciones para la devolución del mismo. En este sentido, Chowdhury (2009) llama la atención a la necesidad de proponer los microcréditos juntos con otros tipos de servicio complementarios, como la formación en gestión de negocios o el asesoramiento durante la vida del crédito para garantizar su devolución y asegurar que el negocio se mantenga en el tiempo.

Bajo estos planteamientos, nuestro estudio estima que es fundamental el contacto con el líder comunitario como nexo de seguridad y confianza entre el emprendedor potencial y los programas de microcrédito. De esta manera, consideramos que la ineficiencia del mercado de crédito entre colectivos inmigrantes se puede corregir interviniendo a través de su líder social para que movilice el capital social de la red hacia los recursos formales del programa de microcrédito. Cuando las instituciones de los programas de microcréditos trabajan de forma ineficaz o, simplemente, “esperan al cliente”, el potencial emprendedor busca otras formas de financiación informal, como las ROSCAs (Armendáriz & Morduch, 2010; Rozas & Gauthier, 2012). Para hacer uso del programa microcrédito es primordial tener información y confianza en el sistema y en la institución que la provee. Por ello, la mediación del líder es crucial para trasladarlas al resto de la red. Además, este mecanismo, evita la búsqueda “uno por uno” de los emprendedores, pues emplea la red y el capital social generado en la misma (Aparicio & Tornos, 2010; Millán-Franco *et al.*, 2019;).

3. EL CASO DE LA AIDE -TOULOUSE CON INMIGRANTES AFRICANOS

El presente epígrafe tiene por objeto presentar las enseñanzas obtenidas de la participación directa en un proyecto piloto desarrollado para la ADIE (*Association pour le Droit a l'Initiative Économique*) a través de la intervención

en el funcionamiento y estructura de las redes sociales establecidas por colectivos de inmigrantes no comunitarios en Toulouse.

La ADIE, creada en 1987, es una institución referente de las microfinanzas a nivel europeo. En 2015 la ADIE de Toulouse quiso implementar nuevas estrategias de intervención que le permitiera acceder a un mayor número de inmigrantes como potenciales beneficiarios de su programa de microcrédito para el emprendimiento. Esto suponía un reto para la institución, pues las personas responsables del asesoramiento en la ADIE eran en su mayoría voluntarios jubilados (de empresas o banca tradicional) que no habían aplicado un enfoque multicultural hasta entonces. Para ello, con la ayuda de un técnico en microfinanza, se estudió la posibilidad de desarrollar una herramienta a partir de la diferenciación y necesidades particulares de los grandes grupos de inmigrantes no comunitarios localizados en la ciudad.

El proyecto se desarrolló a lo largo de 2015. La primera fase consistió en localizar los principales colectivos étnicos. Para ello, el técnico realizó una búsqueda a través de fuentes estadísticas de población inmigrante y se contactó con los consulados presentes en la ciudad. El objetivo de estos contactos era diseñar una tipología representativa de las comunidades étnicas, así como conocer su funcionamiento social para determinar la posible existencia de redes sociales. A priori, para delimitar si las comunidades se organizaban en redes se tomó como referencia la presencia de asociaciones u organizaciones estables -tanto formales como informales- por número de inmigrantes. A partir de estas consultas, se identificaron hasta 23 comunidades de inmigrantes significativas para el proyecto en la ciudad¹. A pesar de su amplia variedad y gran diversidad cultural, estos colectivos inmigrantes podían ser agrupados en cinco grandes grupos según el continente de procedencia: África del oeste (en particular Guinea), África del norte (en particular Marruecos), Europa (donde destacaban los inmigrantes procedentes de Croacia), América Latina y Asia (fundamentalmente, China y Vietnam).

El técnico contactó personalmente con un total de 26 organizaciones y asociaciones para conocer su funcionamiento de estos colectivos inmigrantes. Con el interés puesto en colectivos no europeos, y ante las dificultades de acceso a las comunidades asiáticas y turca, y dado que la ADIE ya trabajaba con la comunidad de África del Norte, los esfuerzos se centraron en los colectivos procedentes de África del Oeste, y América Latina.

El contacto con las asociaciones de estos dos colectivos permitió observar un funcionamiento radicalmente distinto de ambas comunidades.

Por una parte, de manera agregada, la comunidad africana era la que concentraba con diferencia la mayor cantidad líderes y de emprendedores potenciales en sus organizaciones. En este colectivo, se pudo contactar con los líderes comunitarios que en su mayoría eran precisamente los propios

1 Nigeria, Guinea, Madagascar, Senegal, Congo, Burkina, Benín, Chad, Indonesia, Brasil, Venezuela, Chile, Turquía, Grecia, Perú, Eslovenia, China, Croacia, Rusia, Armenia, India, Vietnam, Marruecos.

responsables de las asociaciones sociales. Además, fue posible confirmar la presencia de ROSCAs como acceso a financiación de sus miembros. En este sentido, los líderes que mostraron interés en el programa desarrollado por la AIDE fueron una “puerta de entrada” hacia a otros inmigrantes de su comunidad interesados en la creación de su propio negocio. En definitiva, se observaba una verdadera economía étnica impulsada por el funcionamiento de una red social a partir de las asociaciones de los diversos grupos africanos.

Por otra parte, en la comunidad latina, aunque también fue posible localizar asociaciones, estas no presentaban las características necesarias para calificarlas como verdaderas redes sociales impulsoras de negocios étnicos. Se observaba la ausencia de ROSCAs, así como de otros recursos comunitarios para generar empresas. Las asociaciones funcionaban más como lugares de encuentro lúdico y de esparcimiento con compatriotas, es decir, como lugares de fortalecimiento de los vínculos culturales entre sus miembros. Esto suponía un acercamiento mucho más limitado a estos colectivos para el programa de microcréditos a emprendedores de la AIDE.

En una segunda fase, los esfuerzos se centraron en conocer el perfil y las principales motivaciones y necesidades propias de los emprendedores inmigrantes para comprobar su viabilidad como beneficiarios potenciales del proyecto de microcréditos. De los contactos realizados a través de las asociaciones fue posible atraer la atención de un total de 36 personas: 24 del colectivo africano (en particular, guineanos) y 12 de América Latina. A todos ellos se les pasó un cuestionario individualizado para recoger información sobre sus datos sociodemográficos, los motivos de su inmigración, su situación laboral, sus principales motivaciones y percepciones para crear el negocio, las dificultades presentadas para ponerlo en marcha y su posible relación del negocio con el país de origen (Véase tabla 1).

Como puede observarse en la Tabla 1, el 60 por ciento del total de los interesados eran hombres con más de tres años en Francia. La inmensa mayoría indicaron que estaban estudiando o contaban con contrato laboral por cuenta ajena. Solo dos de los interesados (africanos) ya trabajaban como autónomos, manifestando su interés por mejorar su actividad actual. En particular, y salvo excepciones, todos los interesados indicaron que querían emprender por motivos intrínsecos relacionados con las oportunidades de negocio o con la preferencia por el trabajo por cuenta propia. De esta forma, teniendo en cuenta que la mayoría ya tenían un contrato de trabajo o estaban estudiando, el emprendimiento era considerado como una posibilidad de mejorar sus condiciones laborales.

Por otro lado, más del 80 por ciento afirmaban conocer a un empresario y más de la mitad llevaban más de 3 años con el proyecto ya en mente. El problema de financiación y/o asesoramiento fue considerado como el obstáculo principal para más del 80 por ciento de los inmigrantes.

TABLA 1. PRINCIPALES RESULTADOS POR COLECTIVO

	Comunidad africana N= 24	(%)	Comunidad latina N= 12	(%)
Mujeres	7	29,2	8	66,7
Hombres	17	70,8	4	33,3
Situación laboral				
Contrato de trabajo	11	45,8	6	50
Estudiantes	9	37,5	6	50
Autónomos	2	8,3	0	0
Parados	2	8,3	0	0
Desde cuando reside en Francia (años)				
Menos de 3 años	1	4,2	4	33,3
Entre 3 y 6 años	10	41,7	5	41,7
Más de 6 años	13	54,2	3	25,0
Motivación para montar el proyecto				
Trabajar por cuenta propia	9	37,5	2	16,7
Oportunidad	5	20,8	4	33,3
Trabajar por cuenta propia y oportunidad	7	29,2	6	50
Enviar dinero al país	3	12,5	0	0
Conocimiento de algún emprendedor				
Sí	18	75	12	100
No	6	25	0	0
Tiempo con el proyecto en mente				
Menos de 3 años	9	37,5	6	50
Entre 3 y 6 años	11	45,8	4	33,3
Más de 6 años	4	16,7	2	16,7
Dificultad con el proyecto				
Financiación	11	45,8	7	58,3
Asesoramiento	2	8,3	4	33,3
Financiación y asesoramiento	10	41,7	1	8,3
Ninguno	1	4,2	0	0
Saben que pueden acceder a la financiación				
Sí	2	8,3	3	25
No	22	91,7	9	75
Conocen la ADIE				
Sí	3	12,5	0	0
No	21	87,5	12	100
El proyecto tendrá relación con su país				
Sí	23	95,8	6	50
No	1	4,2	6	50
Logran empezar con el proyecto				
Sí	14	58,3	1	8,3
No	10	41,7	11	91,7

Fuente: elaboración propia.

Llama la atención el desconocimiento de estos colectivos de las ayudas para emprender: casi el 90 por ciento no sabían que podían tener derecho a un crédito, y no tenían información sobre la ADIE, ni sobre sus programas y servicios de asesoramiento. Además, la recogida de datos permitió constatar que mucho de los proyectos se basaban en actividades de importación y exportación de mercancías con su país de origen.

Por supuesto, se observaron importantes disparidades entre ambos grupos. En particular, la población africana destaca por un mayor número de hombres interesados en el programa, por ser un colectivo con un mayor tiempo de residencia en Francia y con la idea de negocio en mente. Manifiestan también una mayor percepción de obstáculos de financiación y asesoramiento que los latinos, pero, sobre todo, destacan por querer generar un negocio vinculado con sus países de origen.

Los resultados del proyecto y puesta en marcha de los negocios a través del programa de la AIDE también muestran resultados diferenciadores. De total de interesados, 14 personas del colectivo africano logran comenzar con el proyecto gracias al asesoramiento y ayuda del programa de microcréditos (casi el 60 por ciento de su grupo). Por el contrario, solo siguió adelante un negocio entre el colectivo latino. Todos los microcréditos de los negocios asesorados y financiados fueron devueltos. Los demás proyectos fueron apenas asesorados y no accedieron a la financiación.

A raíz de estos resultados, la ADIE consideró oportuno la formación de los líderes comunitarios africanos para asesorar a los emprendedores de la comunidad en materia de emprendimiento y financiación. De esta forma, determinaron que las relaciones sociales de confianza eran la base para trabajar, a través de una intervención comunitaria, con determinados colectivos de inmigrantes que querían emprender.

En este sentido, el perfil del emprendedor africano cumple con los requisitos para una mediación como la aquí analizada: emprendedores con fuertes vínculos con su país, generadores de una economía étnica forjada bajo redes sociales que impulsan los recursos para el emprendimiento y con líderes comunitarios que difunden confianza e información al resto de compatriotas. Este estudio fue un proyecto piloto que no fue implementado antes y, a pesar de los buenos resultados observados, lamentablemente no ha podido tener continuidad. Su coste en tiempo y recursos a corto plazo, así como la posterior pandemia del COVID-19, han sido claves en este sentido.

4. DISCUSIÓN

De la experiencia generada a partir del programa piloto desarrollado por la AIDE se pueden extraer una serie de implicaciones relevantes tanto para la economía étnica como para los programas de microcréditos.

Respecto a la primera, es necesario destacar el papel de los consulados, no solo como referentes administrativos, sino también como agentes activos de sus comunidades. Un funcionamiento activo de los consulados mediante

el contacto con las asociaciones y líderes de la comunidad añade valor a la red social. Es un eslabón más que fortalece la red y el capital social de sus integrantes y, por tanto, deben tener un papel activo en las políticas de emprendimiento locales.

En segundo lugar, hay que resaltar también el papel de las asociaciones en el emprendimiento. En este sentido, no es solo importante la densidad de la misma para poder generar capital social (Murcia & Pérez, 2019), sino también su estructura y el tipo de recurso que se forma. En otras palabras, no todas las redes sociales impulsan la economía étnica. Así, por ejemplo, en Toulouse, aunque la comunidad de latinoamericanos estaba organizada en asociaciones, no tenían por objetivo generar una red de apoyo y recursos étnicos para el emprendimiento.

En tercer lugar, si el líder no está pendiente de las necesidades de la comunidad, la intervención comunitaria es imposible: aunque las relaciones sean horizontales y simétricas, la institución financiera no puede emplear su capital “bonding” para atraer beneficiarios hacia el microcrédito formal. Esto es lo que sucedió por el desinterés de algunos líderes comunitarios hacia la propuesta de microcréditos. Si el líder no confía en la institución, el traslado de información y recursos no llega al resto de la comunidad (Pilati & Morales, 2016; Murcia & Pérez, 2019).

Del mismo modo, se pueden extraer importantes enseñanzas para el correcto funcionamiento de un programa de microcrédito.

El primer lugar, hay que dar valor a los enfoques y estrategias multiculturales en los programas de microcrédito. No todos los colectivos de inmigrantes son iguales, ni tienen las mismas necesidades y, sobre todo, se aproximan a los programas de microcrédito de la misma manera.

En este sentido, respecto al emprendedor africano, hay que considerar los códigos culturales y la naturaleza del proyecto a la hora de proponer el asesoramiento para que sea eficaz. Lo mismo ocurre con sus líderes comunitarios. Trabajar en su identificación, formación y confianza de los mismos puede ser una tarea complicada a corto plazo, pero con relevantes resultados positivos en el futuro (Andrade, 2013). La posibilidad de que líderes comunitarios lleven a cabo talleres de formación o que emprendedores de la comunidad se conviertan en personas de referencia para asesorar a otros son factores de éxito en la implementación de los microcréditos. Resultados similares podrían alcanzarse a través de la intervención a través de las ROSCAs. Analizar su existencia y funcionamiento permite acceder a potenciales beneficiarios, aprovechando la confianza ya establecida entre sus miembros.

Otro aspecto relevante es que los proyectos de importación/exportación con los países de origen están bastante presentes entre los emprendedores africanos. El establecimiento de un tipo de microcrédito vinculado directamente a este tipo de actividad podría generar un efecto llamada para que se interesen en el microcrédito.

En resumen, el análisis multicultural desarrollado en el proyecto piloto, permite diferenciar dos estrategias (Véase Tabla 2):

- Comunidad africana: empleo de los recursos étnicos, a través del capital social apoyado por líderes comunitario. Estrategia proactiva.
- Comunidad latinoamericana: asesoramiento y financiación tradicional. Acercamiento reactivo o pasivo.

La estrategia proactiva aquí analizada es poco común (Moser & Gonzalez, 2016). En nuestra opinión, la implementación de este tipo de intervención se enfrenta a un obstáculo fundamental: el tiempo. El contacto a través de consulados y asociaciones, la formación de líderes y el posterior asesoramiento a los beneficiarios supone un trabajo lento y a largo plazo que, aunque genera resultados muy positivos para la inserción económica de los inmigrantes, a corto plazo puede resultar poco atractivos para las organizaciones de microcréditos por su falta de resultados visibles inmediatos y consumo de recursos.

TABLA 2. ESTRATEGIAS DE ACTUACIÓN

	COMUNIDAD AFRICANA	COMUNIDAD LATINA	
Comportamiento de la institución financiera...	Proactiva	Reactiva	
Difusión de información a través de...	- Líderes comunitarios - Responsables de ROSCAs	Necesaria participación en eventos de la comunidad/ etnia del técnico de la institución de microcrédito (uso de redes)	Publicidad tradicional de la ADIE. El cliente solicita la información
Asesoramiento a través de...	- Emprendedores referentes de actividades - Líderes de la comunidad.	Necesidad de talleres de información y formación previa Talleres grupales de formación (uso de la red)	Asesoramiento tradicional del programa de microcrédito
Financiación...	Posibilidad de microcréditos centrados en determinadas actividades + tradicional	Microcrédito tradicional	

Fuente: elaboración propia.

En cualquier caso, aún queda un vasto campo para analizar las posibilidades para implementar programas de microfinanzas empleando redes y líderes comunitarios para que el asesoramiento sea eficaz para el proyecto. Se necesita un mayor número de experiencias similares para evaluar el verdadero impacto de este tipo de mecanismo de intervención comunitaria.

REFERENCIAS

- Álvarez de los Mozos, F. J. (2010). *Capital social de las asociaciones de inmigrantes*. Universidad de Deusto.
- Andrade, R. (2013). Liderazgo Comunitario y su importancia en la intervención comunitaria. *Psicología para América Latina*, 25, 57-76.



- Anjos, P., Fraga, M., & Têodosio, A. (2020). Microcréditos e trabalho nas ruas: Desafios no contexto brasileiro. *E&G Economia e Gestão, Belo Horizonte, 20*(55), 69-86.
- Aparicio, R., & Tornos, A. (2010). Las asociaciones de inmigrantes en España. Una visión en conjunto. *Ministerio de Trabajo e inmigración, Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones, 377-379*.
- Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). *The Economics of Microfinance*. MIT Press.
- Autolino, F. (2017). *Microcréditos: Análisis comparado del marco normativo internacional. Una propuesta de regulación jurídica común*. Universidad a distancia de Madrid.
- Ayayi, A. G., & Dout, H. (2022). Analysis Of The Socio-Economic Effect Of Microcredit On Micro-Entrepreneurs Using The Self-Reported Perception Method And Relationships With Others. *Journal of Developmental Entrepreneurship, 27*(3), 1-18.
- Barrado, B., & Molina, J. A. (2015). *Factores macroeconómicos que estimulan el emprendimiento. Un análisis para los países desarrollados y no desarrollados*. Universidad de Zaragoza. <http://www.dteconz.unizar.es/DT2015-06.pdf>
- Battisti, M., Peri, G., & Romiti, A. (2022). Dynamic Effects of Co-Ethnic Networks on Immigrants' Economic Success. *The Economic Journal, 132*(641), 58-88. <https://doi.org/10.1093/ej/ueab036>
- Beltrán, J., & López, A. (2015). A contracorriente. Trabajadores y empresarios chinos en España ante la crisis económica (2007-2013). *Migraciones, 37*, 125-147. <https://doi.org/mig.i37.y2015.006>
- Beltrán, J., Oso, L., & Ribas, N. (2007). Un campo de estudio para el empresariado étnico en España. En *Empresariado étnico en España* (pp. 157-163). Fundación CIDOB.
- Bonacich, E., & Mondell, J. (1980). *The Economic Basis of Ethnic Solidarity*. University of California Press.
- Cederberg, M., & Villares-Varela, M. (2019). Ethnic Entrepreneurship and the Question of Agency: The Role of Different Forms of Capital, and the Relevance of Social Class. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 45*(1), 115-132. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1459521>
- Chand, M., & Ghorbani, M. (2011). National Culture, Networks and Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in the US. *International Business Review, 20*(6), 593-606.
- Chen, A., & Rach, M. (2022). A Note on financial Fairness in Tontines with Mixedcohorts. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4009770>
- Chen, J., & Chang, A. Y. (2017). Microfinance: Where Are we Today and Where Should the Research Go in the Future? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 35*(7), 793-802.

- Chowdhury, A. F. (2009). Los microcréditos como instrumento de erradicación de la pobreza. En *Pobreza y libertad: Erradicar la pobreza desde el enfoque de las capacidades de Amartya Sen*. (pp. 235-262). Tecnos.
- Delgado-Gallego, M. E., & Vázquez, M. L. (2009). Percepciones de usuarios y líderes comunitarios sobre su capacidad para influenciar en la calidad de los servicios de salud: Un estudio de casos de Colombia y Brasil. *Cad. Saúde Pública*, 25(1), 169-178.
- Drucker, P. (1985). *Entrepreneurial Strategies*. Elsevier.
- Fernández-Suárez, B., & Cano-Ruiz, E. (2018). Capital social y redes políticas de las asociaciones de inmigrantes en Galicia. *Revista de sociología*, 103(4), 625-649.
- Ferrer, R., Palacio, J., Hoyos, O., & Madariaga, C. (2014). Proceso de aculturación y adaptación del inmigrante: Características individuales y redes sociales. *Psicol. Caribe*, 31(3), 557-576.
- Garcês, A. (2006). Configuraciones espaciales de lo inmigrante: Usos y apropiaciones de la ciudad. *CEIC*, 20(2), 1-34.
- Garcês, A. (2011). Comercio inmigrante y economías étnicas: Síntesis y críticas de los debates vigentes. *Polis*, 29. <https://journals.openedition.org/polis/1928>
- García, A. (2007). Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid. *Estudios Geográficos*, 68(262), 367-379.
- García, M. Á. (2011). Los inmigrantes ante las redes de apoyo. Estudio de caso en Sevilla. *Anduli*, 10, 47-68.
- García-Cabrera, A. M., Lucía-Casademunt, A. M., & Padilla-Angulo, L. (2020). ¿Es posible incrementar la motivación por oportunidad de los inmigrantes emprendedores en Europa? *Emprendimiento y Negocios Internacionales*, 23-35. <https://doi.org/10.20420/eni.2020.367>
- Gloukoviezoff, G., & Rebiere, N. (2013). *Microcrédit contre pauvreté : Des prêts entre solidarité et marché*. Les Editions de l'Atelier.
- Inglada-Galiana, M. E., Sastre-Centeno, J. M., & De Miguel-Bilbao, M. C. (2015). Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en el desarrollo social. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 13(2), 89-100.
- Kerr, W. R., & Mandorff, M. (2023). Social Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. *Journal of Human Resources*, 58(1), 183-220.
- Kloosterman, R., Rath, J., & Van der Leun, J. (1999). Mixed Embeddedness. Immigrant businesses and informal economic opportunities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), 253-267.
- Lacalle, M. (2002). *Microcréditos de pobres a microempresarios*. Ariel.
- Lacalle, M., Rico, S., Márquez, J., & Durán, J. (2006). Los microcréditos como herramienta de inserción sociolaboral y financiera entre los inmigrantes. *icade. Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 69, 207-226.
- Lelart, M. (1990). *La tontine pratique informelle d'épargne et de crédit dans les pays en voie de développement*. AUPELF-UREF John Libbey Eurotext.

- Light, I. (1972). *Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. University of California Press.
- Light, I. (2003). *Economías étnicas* [Ponencia]. Seminario sobre el Empresariado étnico en España, Barcelona, España.
- Light, I., & Gold, S. (2000). *Ethnic Economies*. Academic Press.
- Light, I., & Rosenstein, C. (1995). *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America*. Aldine de Gruyter.
- Lin, N. (2002). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. , May 20, 2002—*Social Science* -. Cambridge University Press.
- López, A. (2016). La «economía étnica» como motor para la integración económica, jurídica y socio-laboral del emprendedor inmigrante en España y en la Unión Europea. *Estudios Deusto*, 64(2), 345-365.
- López-Sánchez, P., & Urquía-Grande, E. (2023). Mind the Gap in Financial Inclusion! Microcredit Institutions fieldwork in Peru. *Revista de Contabilidad*, 26(1), 27-45. <https://doi.org/10.6018/rcsar.432671>
- Lozares, C. (2003). Valores, campos y capitales sociales. *Revista hispana para el análisis de las redes sociales*, 4(2).
- Lozares, C., Verd Pericàs, J. M., Martí, J., López-Roldán, P., & Molina, J. L. (2011). Cohesión, Vinculación e Integración sociales en el marco del Capital Social. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.407>
- Mayoux, L. (2001). Tackling the Down Side: Social Capital, Women's Empowerment and Micro-Finance in Cameroon. *Development and Change*, 32(3), 435-464.
- MicroBank. (2018). *Informe sobre el Impacto de los Microcréditos 2018*. [Anual]. MicroBank.
- Miguel, J. A., Blasco, B., & García, R. (2016). Inmigrantes emprendedores durante la crisis económica. Estudio de casos en la ciudad de Madrid. *Migraciones*.
- Millán-Franco, M., Gómez-Jacinto, G.-J., Hombrados-Mendieta, M. I., & García-Cid, A. (2019). Las redes de apoyo social online y offline en los inmigrantes de Málaga (España). *Migraciones*, 47, 119-149.
- Montero, M. (2004). 7. Comunidad y sentido de comunidad. En *Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. (pp. 95-107). Paidós.
- Morejón, T. A., Sanchez, M. A., & Cevallos, P. F. (2022). Educación financiera, asesoramiento, estudio de pre-inversión y cultura de ahorro: Factores de colocación de microcréditos. *Ciencia Digital*, 6(4), 191-213.
- Morión, J., & Aboussi, M. (2016). Las asociaciones de inmigrantes en España: Funciones y limitaciones ante el reto de la integración. Trabajo Social Global. *Revista de Investigaciones en Intervención social*, 6(11), 143-165.
- Moser, R. M. B., & Gonzalez, L. (2016). Green Microfinance: A New Frontier to Inclusive Financial services. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 242-250. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160209>

- Mota, J., Moreira, A., & Brandão, C. (2018). Determinants of Microcredit Repayment in Portugal: Analysis of borrowers, loans and business projects. *ISEG - Departamento de Economía*, 17(3), 141-171.
- Muhammad, Y. (1997). *El banquero de los pobres. Los Microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo* (Paidós).
- Mungaray-Lagarda, A., Angulo, N., & Anaya, Y. (2019). *Microempresas mexicanas capacitación en las y Financiamiento y capacitación*. Maporrua.
- Murcia, M., & Pérez, A. (2019). Asociaciones de inmigrantes y participación política como sociedad civil un estudio de caso en Barcelona. *Migraciones*, 46, 179-204.
- Observatorio del Emprendimiento de España (2021): Global Entrepreneurship Monitor. *Informe GEM España 2020-2021*. Ed. Universidad de Cantabria.
- Osorio, M., Urquiza, A., & Rodríguez, R. (2015). Value Contribution of Immigrants to Society through Entrepreneurship. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 6(2), 101-112.
- Osorio-García-de-Oteyz, M., Pérez-Coutado, A., & Jiménez-Sosa, M. (2020). Entrepreneurship among Female Immigrants. A Case Study in Madrid. *Iberoamerican Journal of Development Studies*, 9(2), 30-53.
- Ostrom, E., & Ahn, T.-K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, 65(1), 155-233.
- Parella, S. (2005). Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España. *Política y cultura*, 23, 257-275.
- Paunero, J. (2014). *Aspectos sociales del emprendedor*. Universidad de Valladolid. Facultad de Educación y Trabajo Social. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/7046>
- Pérez, F. (2013). *Ellas se van. Mujeres migrantes en Estados Unidos y España*. (Instituto Investigaciones Sociales, 1-1).
- Pilati, K., & Morales, L. (2016). Ethnic and immigrant politics vs mainstream politics: The role of ethnic organizations in shaping the political participation of immigrant-origin individuals in Europe. *Ethnic and Racial Studies*, 39(15), 2796-2817.
- Putnam, R. (2001). Social Capital: Measurement and Consequences. *Isuma: Canadian Journal of Policy Research.*, 2, 41-51.
- Randøy, T., Strøm, R. Ø., & Mersland, R. (2015). The Impact of Entrepreneur-CEOs in Microfinance Institutions: A Global Survey. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 927-953. <https://doi.org/10.1111/etap.12085>
- Rath, J., & Kloosterman, R. (2000a). Immigrant Entrepreneurship and the institutional Context: A Theoretical Exploration. En *Immigrant Businesses. The Economic, Politico-Institutional and Social Environment* (J Rath, pp. 135-160). Houndmills/Basingstoke: MacMillan Press.
- Rath, J., & Kloosterman, R. (2000b). Outsiders' Business: A Critical Review of Research on Immigrant Entrepreneurship. *International Migration Review*, 34(3), 657-681.

- Rath, J., & Kloosterman, R. (2001). *Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored*. 27(2), 189-201.
- Requena Santos, F. (1998). Género, redes de amistad y rendimiento académico. *Papers. Revista de Sociologia*, 56, 233. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.1952>
- Rico, S. (2009). *Los programas de microcréditos de las cajas de ahorros en España una evaluación del impacto en la reducción de la exclusión social y financiera*. Universidad Pontificia Comillas.
- Riesco-Sanz, A. (2014). Economía (étnica) y sociedad. Inmigración y trabajo por cuenta propia en la sociología contemporánea. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 32(1), 165-190.
- Roodman, D., & Morduch, J. (2014). The impact of microcredit on the Poor in Bangladesh: Revising the Evidence. *Journal of Development Studies*, 50(4), 583-604.
- Rozas, S., & Gauthier, B. (2012). *Les tontines favorisent-elles la performance des entreprises au cameroun ?* 20, 5-39.
- Saiz López, Millán A. (2012). Mujeres chinas en España. El capital social y su impacto en las estrategias productivas y reproductivas. *Revista de sociologia*, 97(3), 591-612.
- Sarkar, S., Bilau, J. J., & Correia, M. (2022). Financing the creation of microenterprises with microcredit: Does being an immigrant make a difference? *Strategic Change*, 31(2), 249-257.
- Solé, C., & Parella, S. (2005). *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. CIDOB.
- Solé, C., Parella, S., & Cavalcanti, L. (2007). *El empresariado inmigrante en España*. Obra Social Fundación la Caixa.
- Trejo, E. (2015). *Perfil Psicosocial de la persona emprendedora*. Universidad de Valladolid.
- Van Rooyen, C., Stewart, R., & de Wet, T. (2012). The Impact of Microfinance in Sub-Saharan Africa: A Systematic Review of the Evidence. *World Development*, 40(11), 2249-2262. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2012.03.012>
- Wilson, K., & Martin, W. A. (1982). Ethnic enclaves: A comparison of the Cuban and black economies in Miami. *American Journal of Sociology*, 88, 135-160.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research and Policy. *World Bank Research Observer*, 15, 225-249.

